Makhrus, S.EI., M.SI.
Dr. Encep Saepudin, M.Si.

MEDIA SOSIAL DAN FILANTROPI ISLAM

Perspektif Gerakan dan Implikasinya
Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

litera

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PURWOKERTO

MEDIA SOSIAL
DAN FILANTROPI ISLAM

Perspektif Gerakan dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

1. **Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).**
2. **Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta se¬bagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).**
3. **Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta se¬bagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).**
4. **Setiap Orang yang memenuhi unsursebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana pen¬jara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau**

MEDIA SOSIAL
DAN FILANTROPI ISLAM

Perspektif Gerakan dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Makhrus, S.EI., M.SI.
Dr. Encep Saepudin, M.Si.

litera

MEDIA SOSIAL DAN FILANTROPI ISLAM:
Perspektif Gerakan dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Diterbitkan pertama kali oleh Litera Tahun 2021.
Hak Penerbitan pada Litera tahun 2021
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang *All Rights Reserved*
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Cetakan Pertama : Desember 2021
x+160 hlm, 15 cm x 23 cm
ISBN : 978-623-7864-33-2

Penulis : Makhrus, S.EI., M.SI.
Dr. Encep Saepudin, M.Si.
Editor : Safitri Mukarromah, M.Sy.
Ilustrasi Sampul : Litera Think
Perancang Sampul : Litera Think
Penata Letak : Muhammad Makbul

Diterbitkan
Litera
Suronatan NG II/863 Yogyakarta
Telp. 0852-2633-0202
E-mail : kotak.litera@gmail.com

PRAKATA

Pekembangan teknologi dan informasi melahirkan beragam *platform* media sosial yang menyebabkan interaksi manusia semakin cepat, mudah, dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Keberadaan media sosial memfokuskan interaksi individu dan kolompok selaku pemilik akun yang saling terhubung antar pemilik akun dalam berbagai *platform* media sosial yang diikuti, selain itu media sosial juga memberikan eksistensi para penggunanya untuk berinteragsi, beraktivitas, dan berkolaborasi yang mampu menguatkan hubungan antara pengguna media sosial, sehingga mampu memiliki ikatan sosial secara daring yang kemudian tidak jarang ditindaklanjuti dalam kehidupan nyata (luring).

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia tumbuh dan berkembang bersamaan dengan semakin bertambahnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan penetrasi pengguna internet tahun 2019-2020 (Q2) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet telah mencapai 73,7% dari total masyarakat Indonesia atau setara dengan 196,71 juta jiwa pengguna internet. Potensi ini menjadi ruang bagi semua kalangan untuk dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan membangun jejaring sosial, bisnis, hingga membangun gerakan sosial.

Demam media sosial secara kolektif mampu dimanfaatkan oleh pengguna media sosial untuk melakukan

edukasi dan gerakan untuk saling berderma (berfilantropi) melalui berbagai program cara berdonasi secara kreatif, variatif, dan inovatif. Gerakan ini muncul, tumbuh, dan berkembangan bersamaan adanya dukungan para kuat dari sesama pengguna media sosial untuk melakukan donasi dan penyaluran dana secara masif yang biasanya ditandai dengan adanya tagar tertentu melalui media sosial. Gerakan filantropi berbasis media sosial tersebut mampu menggalang donasi untuk melakukan pelayanan sosial, kesehatan, pendidikan, dan lainnya yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat.

Gerakan filantropi Islam berbasis media sosial pada awalnya secara kelembagaan merupakan komunitas filantropi yang mampu melakukan penggalangan donasi, pengelolaan, dan penyaluran dalam bentuk sedekah dan dana kemanusiaan. Lambat laun gerakan filantropi Islam berbasis media tersebut semakin massif, bersamaan dengan semakin membesarnya respon dan dukungan masyarakat untuk terlibat dalam berdonasi, menjadi relawan, dan membagikan informasi oleh komunitas filantropi Islam tersebut. Aktivisme dan gerakan filantropi Islam berbasis media sosial dalam membesarkan skala gerakannya salah satunya dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan berbagai *stakeholders,* mengoptimalkan bentuk kampanye dalam bentuk tagar (*hashtag*), hingga melibatkan tokoh publik agar mampu memberikan kepercayaan masyarakat khususnya para pengguna media sosial.

Salah satu komunitas dan lembaga filantropi Islam berbasis media sosial yang secara masif melakukan kampanye pentingnya berderma adalah Sedekah Rombongan, Sedekah

Bergerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com. Penyebutan komunitas dalam konteks ini dikarenakan gerakannya dilakukan masih bersifat kerelawanan dengan persamaan visi, misi, dan secara kelembagaan belum memiliki badan hukum resmi dalam bentuk yayasan sebagaimana terjadi pada Laskar Sedekah dan Sedekah Kreatif Edukatif, sementara penyebutan lembaga ini diarahkan dikarenakan telah memiliki badan hukum resmi dalam bentuk yayasan seperti Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, dan Kitabisa.com.

Komunitas dan lembaga filantropi Islam tersebut telah mampu memanfaatkan demam media sosial sebagai bentuk media kampanye kebaikan dalam bentuk filantropi dengan menggalang donasi dari para donatur dan disalurkan kepada pihak yang membutuhkan (kaum *dhuafa*), sehingga dalam sudut pandang gerakan mampu memberikan perspektif baru dalam pengelolaan filantropi Islam yang lebih adaptif dengan perkembangan teknologi informasi. Kemampuan menangkap peluang dan keberanian menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media sosial komunitas dan lembaga filantropi Islam dilakukan dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial dan menyediakan fasilitas layanan donasi hingga pelaporan yang kredibel dan akuntabel.

Buku ini membahas filantropi Islam berbasis media sosial dalam melakukan aktivisme penggalangan donasi secara daring (*online*), dimana donasi yang terkumpul disalurkan kepada kaum *dhuafa* dalam bentuk pelayanan kesehatan, sosial, ekonomi, dan lainnya. Keberadaan media sosial menjadi ruang baru yang secara virtual untuk membangun solidaritas dan kepedulian untuk memberikan dampak positif

peningkatan kualitas kehidupan masyarakat. Berbagai gerakan yang telah dilakukan oleh komunitas dan lembaga filantropi Islam berbasis media sosial selain melakukan penggalangan donasi dan menyalurkannya, tetapi turut memberikan bentuk edukasi dan evaluasi pentingnya filantropi Islam dalam bentuk gerakan dan dapat dilakukan dalam berbagai media dan multi ruang yang memungkinkan gerakan lebih kreatif dan adaptif.

Buku ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis pada tahun 2021 yakni skema penelitian Pengembangan Program Studi yang didanai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama (Diktis Kemenag) RI. Dalam hal ini penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra dalam penelitian ini, Diktis Kemenag RI yang telah memberikan fasilitas pendanaan, dan para kolega di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas dukungan selama ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Purwokerto, 9 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA PENULIS v
DAFTAR ISI ix

BAB I
PENDAHULUAN 1

BAB II
DINAMIKA FILANTROPI ISLAM DAN MEDIA SOSIAL 11
A. Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan 11
B. Media Sosial dan Kampanye Kedermawanan 28

BAB III
DIMENSI FILANTROPI ISLAM, MEDIA SOSIAL, DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT 35
A. Makna dan Dimensi Filantropi Islam 35
B. Klasifikasi dan Relasi Eksistensi dalam Media Sosial 40
C. Pemberdayaan Masyarakat dan Harapan Kesejahteraan 47

BAB IV
AKTIVISME FILANTROPI ISLAM BERBASIS MEDIA SOSIAL 59
A. Sedekah Rombongan 61

B. Sedekah Begerak 78
C. Laskar Sedekah 85
D. Sedekah Kreatif Edukatif 95
E. Kitabisa.com 102

BAB V
DINAMISASI FILANTROPI ISLAM BERBASIS MEDIA SOSIAL 111
A. Optimalisasi Potensi Filantropi Islam Berbasis Media Sosial 111
B. Dari Komunitas Kepada Lembaga Resmi dan Kolaborasi 129

BAB VI PENUTUP 137
DAFTAR PUSTAKA 145
INDEKS 153
TENTANG PENULIS 157

BAB I
PENDAHULUAN

Media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan interaksi manusia semakin cepat, mudah, dan tidak terbatas ruang dan waktu. Keberadaan media sosial memfokuskan interaksi individu dan kolompok selaku pemilik akun yang saling terhubung antar pemilik akun dalam berbagai *platform* media sosial yang diikuti, selain itu media sosial juga memberikan eksistensi para penggunanya untuk beraktivitas dan berkolaborasi yang mampu menguatkan hubungan antara pengguna dan ikatan sosial.

Pengguna media sosial di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan yang ditandai dengan semakin bertambahnya para pengguna dan *platform* media sosial yang semakin variatif. Berdasarkan penelitian 2018 yang dilakukan oleh *We Are Social* sebuah

perusahaan media asal Inggris yang bekerjasama dengan Hootsuite menunjukkan bahwa rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit setiap hari mengakses media sosial dengan total populasi sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna media sosial mencapai 130 juta jiwa dengan penitrasi 49 persen.

Sementara dalam sudut penggunaan internet Indonesia berdasarkan hasil survei internet yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada kuartal II (2019-2020) menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,71 juta dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk Indonesia dengan artian 73,7% penduduk Indonesia telah menggunakan internet dalam beraktivitas. Berdasarkan hasil survey tersebut mengungkapkan bahwa asalan penggunakan internet digunakan untuk media sosial, komunikasi berbalas pesan, hiburan, belanja, berita, dan lainnya (APJII, 2020).

Penggunaan internet untuk media sosial menjadi tolok ukur bahwa media sosial dapat diorganisir penggunaannya tidak hanya sebagai media interaksi dan membangun jejaring sosial secara virtual, namun dapat digunakan sebagai media kampanye dalam mendorong solidaritas dan kepedulian dalam membantu sesama. Apalagi, potensi penggunaan media sosial akan terus bertambah dan berkembang bersamaan dengan perkembangan teknologi dan informasi yang diimbangi dengan laju penggunaan

gawai (*smartphone*) yang menyediakan fitur dan akses internet yang semakin mudah dan cepat.

Penggunaan media sosial dalam konteks membangun solidaritas sosial di masyarakat maya, salah satunya dapat tergambar dalam kasus yang pernah membelit Prita Mulyasari yang mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam bentuk gerakan Koint Prita. Gerakan Koint Prita mendapatkan mendapatkan dukungan besar dari para pengguna media sosial, bahkan menjadi *trending topic* di *Twitter* dan *Facebook*. Dimana kasus ini bermula dari keluhan Prita Mulyasari kepada temannya melalui surat elektronik terkait perawatan anaknya di RS Omni Internasional. Prita Mulyasari pun mendapat tuntutan hukum dari dari RS Omni Internasional dengan alasan pencemaran nama baik, sehingga Prita Mulyasari divonis dinda Rp. 204 juta oleh pengadilan. Vonis terhadap Prita Mulyasari tersebut menimbulkan gelombang dukungan dari jagat maya, dimana para pengguna sosial menggalang donasi dan kampanye dalam bentuk gerakan Koint Prita yang kemudian terkumpul sebanyak 825 juta.

Gerakan Koin Prita menunjukkan bahwa peran aktif masyarakat di Indonesia untuk bisa terlibat dan berpartispasi dalam persoalan yang membelit orang lain secara suka rela (berfilantropi). Artinya, penggunaan media konvensonal yang selama ini cenderung lebih banyak menelan biaya tinggi, bisa dilakukan secara kreatif dan terencana di media sosial yang jauh lebih murah dan

efesien, sehingga adanya perkembangan dsan penggunaan media sosial tersebut menginspirasi beberapa orang untuk membentuk komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam mendorong kesadaran berderma masyarakat, khususnya mereka pengguna media sosial.

Kederwanan masyarakat Indonesia sekalipun dalam masa sulit termasuk pandemi Covid-19 masih terus melakukan dalam bentuk berdonasi yang bertujuan untuk membantu dan meringankan masyarakat yang membutuhkan (kaum dhuafa). Salah satu bukti bahwa bahwa masyarakat Indonesia sangat dermawan yakni berdasarkan laporan *Charities Aid Foundation* (CAF) *Word Giving Index* 2021 yang menempatkan Indonesia sebagai negara paling dermawan di dunia, dimana di negara-negara barat mengalami penurunan peringkat dikarenakan dampak pandemi. Faktor yang menyebabkan Indonesia menjadi negara paling dermawan dikarenakan dorongan kewajiban membayar zakat dimana pembayaran zakat secara global paling tinggi pada tahun 2020.

Aspek filantropi Islam meliputi zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Dalam konteks zakat secara praktik dan aktivisme pengelolaan banyak yang sepakat bahwa zakat tidak dapat digolongkan ke dalam aspek filantropi, sebab zakat merupakan sebuah kewajiban yang harus ditunaikan apabila sudah sampai kadar (*nishab*) tertentu, namun di sisi lain terdapat pandangan bahwa zakat dapat dimasukkan ke dalam filantropi dikarenakan keberadaan zakat saat ini

masih ditunaikan dengan bentuk kerelaan dan kesadaran individu tanpa sangsi sosial bagi tidak menunaikannya (Latief, 2010), implikasinya kewajiban membayar zakat tersebut menjadi sebuah wajib etis dan dapat dimasukkan ke dalam aspek-aspek filantropi Islam yang dasarkan pada aspek moralitas tanpa ada hukuman oleh negara (melanggar hukum) sebagaimana berlakunya pelanggaran hukum terhadap pelaku pelanggar wajib pajak.

Bila mengacu pada pandangan kedua di atas, maka upaya meningkatkan pengumpulan, pengelolaan, dan pendistrubusian filantropi perlu dilakukan dalam berbagai metode, strategi, dan media yang digunakan agar penggalian potensi filantropi Islam di Indonesia dapat tergali secara maksimal Upaya dalam mengoptimalkan peran lembaga, badan dan komunitas filantropi Islam tersebut berbanding lurus dengan adanya potensi filantopi Islam di Indonesia. Dalam konteks zakat potensi zakat di Indonesia berdasarkan *Outlook* Zakat 2020 yang dilakukan oleh Puskas BAZNAS pada tahun 2018 menujukkan potensi zakat Indonesia sebesar 286 triliun setiap tahunnya sementara pengumpulannya baru mencapai 8,3 triliun (Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2020). Upaya penggalian potensi zakat oleh organisasi pengelola zakat (BAZNAS dan LAZ) dengan melakukan inovasi khususnya di era digital dalam dua bentuk yakni *platform* internal (*website,* jejaring, media sosial, dan aplikasi lainnya) dan *platform* eksternal (*crowdfunding, e-commerce, e wallet*, dan lannya).

Sementara berkaitan dengan pengelolaan wakaf di Indonesia, berdasarkan data dari Direktorat Pemberdayaan Wakaf Kementerian Agama hingga Maret 2016 bahwa tanah wakaf di Indonesia 4.359.443.170 m^2 yang terdiri dari 435.768 lokasi dengan rincian 287.160 lokasi telah bersertifikat dan 148.608 lokasi belum bersertifikat. Sementara dalam aspek pengelolaan wakaf di Indonesia berdasarkan data dari Badan Wakaf Indonesia sementara ini utilitas pengelolaan atau penggunaan tanah wakaf di Indonesia sementara ini terbagai atas beberapa sektor yakni, 73,74 % masjid, 30,13 % mushola, 10, 61 sekolah, 4,23 % makan, 2,98 % pesantren dan 8,32 % sosial lainnya.

Penggunaan media sosial sebagai media promosi dan edukasi dalam mengoptimalkan pengumpulan dan penyaluran donasi filantropi Islam yang menyebabkan terjadinya tindakakan adaptasi terhadap perkembangan zaman yang serba digital, maka salah satu strategi yang dapat dilakukan yakni melakukan *branding* atas seluruh program, melakukan asesmen tehadap calon donatur, melakukan pembaharuan informasi, dan menjadi media sosial media alternatif pengelolaan filantropi Islam (Kharima et al., 2021).

Salah satu lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial yang secara aktif dan kreatif melakukan penggalangan dan penyaluran donasi filantropi dilakukan oleh Sedekah Rombongan (SR), Sedekah Bergerak Laskar Sedekah (LS), Sedekah Kreatif Edukatif (SKE), Komunitas

Ilmu Berbagi, dan lainnya. Komunitas filantropi Islam berbasis media sosial ini secara simultan menjadi gerakan filantropi Islam yang mampu mengambil peran-peran kreatif untuk membantu kaum dhuafa secara suka rela, maka adanya komunitas berbasis media sosial ini akan sangat membantu badan dan lembaga filantropi Islam yang sudah bergerak secara profesional dalam pengoptimalkan pengumpulan dan penyaluran donasi dari para donatur (M. Makhrus, 2018).

Adanya komunitas filantropi Islam berbasis media sosial patut mendapatkan apresiasi dan dukungan oleh semua pihak, tidak saja dalam upaya mengoptimalkan penjaringan para donatur melalui media sosial, tetapi juga terkait realisasi programnya yang lebih variatif, eduktif, dan kreatif dalam menghimpun donasi dan menyalurkan donasi, meskipun dalam konteks dalam konteks realisasi penyaluran donasi sebagian besar disalurkan dalam bentuk karitas (*charity*) dan belum mengoptimalkan untuk program pemberdayaan masyarakat dikarenakan kebutuhan mendasar para dhuafa yang membutuhkan penyaluran donasi yang lebih cepat dan menyelesaikan permasalahan jangka pendek dhuafa, seperti bantuan untuk pelayanan kesehatan, bantuan pendidikan, bantuan sembako, dan sebagainya.

Berbagai program dan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial pada dasarnya telah menciptakan dua hal, yaitu: pertama,

memberikan pelayanan yang profesional kepada donatur dengan menjaga kredibilitas dan akuntabilitas komunitas filantropi Islam berbasis media sosial, baik dalam bentuk laporan pengumpulan donasi, rencana program, dan realisasi program. Kedua, mendorong masyarakat masyarakat untuk bisa berpartisipasi menjadi masyarakat mandiri dan sejahtera melalui program yang telah dirancang oleh komunitas filantropi Islam berbasis media sosial.

Beberapa komunitas filantropi Islam berbasis sosial saat ini telah melakukan transformasi menjadi yayasan agar legalitas dan operasionalnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, bahkan telah melakukan integrasi dengan organisasi pengelola filantropi (BAZNAS, LAZ, dan BWI) dalam pelaksanaan program, khususnya dalam program mendayagunaan dan pemberdayaan masyarakat. Hal demikian menjadi sangat penting di tengah dukungan baik negara dalam upaya mendorong transformasi pengelolaan filantropi Islam di Indonesia agar menjadi lebih professional dan terlembaga, sehingga tidak sekadar panitia musiman yang hadir pada saat jelang hari raya maupun jelang bulan suci Ramadan.

Inovasi program yang dilakukan oleh organisasi pengelola filantropi Islam telah menunjukkan perkembangan yang sangat baik salah satunya dengan menyediakan layanan jemput donasi maupun penggunaan berbagai media sosial dengan konten jauh lebih kreatif, seperti adanya penjemputan donasi secara langsung,

pembayaran donasi melalui transfer/alat pembayaran digital, pembaruan informasi di *website*, dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa ruang digital mampu menjadi wadah baru untuk mengoptimalkan pengumpulan donasi yang pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian kaum dhuafa.

Secara praktik, filantropi Islam menjadi jauh bermakna manaka mampu meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan para kaum *dhuafa* sebagai objek utama yang harus diselesaikan permasalahan yang dihadapinya mulai aspek pendidikan, ekonomi, sosial, kesehatan, dan lainnya. Peranan seluruh *stakeholders* yang terlibat dalam pengelolaan filantropi Islam perlu ditingkatkan agar manfaat dan dampaknya dapat langsung dirasakan secara maksimal. Adapun upaya yang dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu: pertama, mengoptimalkan edukasi tentang filantopi Islam sebagai sarana untuk meningkatkan keimanan dan membantu pihal lain yang membutuhkan, sehingga dalam konteks ini filantropi Islam mengandang dimensi spiritual dan dimensi sosial. Kedua, penguatan kelembagaan dan peningkatan kompetensi para pengelola filantropi Islam yakni dengan mengikuti berbagai kegiatan seperti pelatihan, workshop, pemagangan, uji kompetensi, dan lainnya. Berkaitan dengan penguatan kelembagaan supaya dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk terus melakukan donasi secara terlembaga, sedangkan peningkatan kompetesi pengelola sebagai upaya

mendorong sumber daya manusia (tim) yang memiliki keahlian yang dibutuhkan dalam mengelola filantropi Islam secara profesional dan melayani sepenuh hati. Ketiga, menjalin kerjasama dengan suluruh *stakeholders* sebagai upaya peningkatan dan penguatan kelembagaan filantropi Islam. Bentuk kerjasama ini dapat berupa aspek-aspek pengumpulan, pengelolaan, dan penyaluran dana filantropi Islam. Keempat, meningkatkan manfaat dan dampak penyaluran filantropi Islam yang tidak hanya berorentasi jangka pendek dalam bentuk karitas, namun dalam bentuk pemberdayaan yang memiliki dampak jangka panjang.

BAB II
DINAMIKA FILANTROPI ISLAM DAN MEDIA SOSIAL

A. Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan

Filantropi Islam sebagai praktik kedermawan dalam Islam telah berlangsung lama sejak awal Islam, sehingga mampu menjadi salah intrumen penting dalam kehidupan umat Islam. Filantropi sebagai bentuk kesadaran dalam membantu, peduli, dan tolong menolong dalam mendorong kesejahteraan dan kemandiri orang yang membutuhkan (kaum *dhuafa*). Upaya menyelesaikan permasalahan orang yang membutuhkan (kaum dhuafa) termanifestasi dalam bidang kesehatan, ekonomi, sosial, dan sebagainya.

Aktivisme filantropi Islam dalam setiap perkembanganya selalu mengalami banyak pandangan dan praktik yang selalu tidak sama, baik pada tingkat pengelolaan secara lembaga maupun praktik komunal di masyarakat, hal tersebut diakibatkan semakin banyaknya

varian kasus atau praktik yang membutuhkan penjelasan secara normatif-regulatf, maka adanya hadirnya Undang-Undang No. 41 Tahun 2004 tentang Wakaf dan Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat menjadi bukti kehadiran negara sekaligus payung hukum terhadap legalitas pengelolaan filantropi Islam di Indonesia, oleh sebab itu hadirnya beberapa penelitian oleh pegiat filantropi Islam dalam berbagai kasus untuk menemukan formulasi normatif, penguatan kelembagaan, pengembangan riset dan lainnya menjadi salah kontribusi positif dalam perkembangan filantropi Islam ke depan.

Penelitian filantropi Islam di Indonesia dilakukan oleh Hilman Latief (2010) yang memotret mengenai dinamika pengelolaan filantropi Islam, khususnya yang dilakukan oleh Muhammadiyah dalam melakukan pelayanan kemanusiaan dengan beragama amal usaha dalam bentuk perguruan tinggi, sekolah, pesantren, rumah sakit, panti asuhan, koperasi/baitul tamwil Muhammadiyah, dan sebagainya. Berbagai bentuk amal usaha tersebut tidak terlepaskan dari semangat kedermawanan yang melekat pada Muhammadiyah sejak semenjak didirikan yakni sebagai organisasi sosial keagamaan. Praktik filantropi sebagaimana dilakukan Muhammadiyah secara kolektif mampu menjadi penopang dan membantu kewajiban negara dalam menyediakan kebutuhan mendasar masyarakat (rakyat) untuk menjadi sejahtera. Kompleksitas yang dihadapi masyarakat tersebut khususnya persoalan

kemiskinan dan kesejahteraan sekaligus menjadi peluang bagi organisasi sosial keagamaan maupun organisasi swadaya masyarakat untuk dapat melakukan berbagai bentuk advokasi dan pelayanan untuk mengurangi beban masyarakat yang tidak sepenuhnya mampu diberikan dan disediakan oleh negara.

Upaya advokasi yang dilakukan oleh unsur masyarakat sipil ini dilakukan dalam dua bentuk advokasi yakni ke atas dan ke samping. Ke atas dilakukan untuk melakukan advokasi terkait peraturan dan kebijakan negara dalam menyediakan berbagai perangkat dan anggaran yang mampu memberikan dampak kesejahteraan yang efektif dan efesien kepada masyarakat, sementara ke samping dengan melakukan advokasi penyediaan program pemberdayaan masyarakat dalam bentuk peningkatan keterampilan (*skill*) melalui pelatihan, workshop, pendampingan, hingga penyediaan modal untuk meningkatkan usaha masyarakat yang diadvokasi.

Pengalaman organisasi sosial keagamaan, khususnya Muhammadiyah dalam pengelolaan filantropi Islam tidak saja dilbuktikan dalam bentuk kerja nyata, tetapi juga menyediakan berbagai panduan dan bimbingan mengenai pemahaman keislamaan yang baru dengan mengeluarkan fatwa-fatwa keagamaan termasuk berkaitan dengan filantropi Islam karena topik mengenai filantropi Islam masih menjadi bahasan di kalangan umat Islam. Menurut Hilman Latief hal ini dikarenakan tiga alasan, yakni:

pertama, filantropi Islam khususnya zakat dipandang sebagai salah instrumen fiskal dalam masyarakat Islam masa lalu dan beberapa negara, sehingga harus memiliki berbagai regulasi dan standarisasi dalam pelaksananya. Kedua, zakat mrupakan ibadah yang telah memiliki ketentuan-ketentuan khusus yang telah dipraktikkan di awal Islam dan dipraktikkan di dunia Arab, namun tidak sama dengan negara-negara di luar Arab termasuk Indonesia seperti zakat untuk ayam, ikan, sagu, jagung, dan lainnya. Ketiga, adanya masalah sosial yang terbentuk akibat proses sosiologis dan interaksi sosial-ekonomi masyarakat yang semakin kompleks yang ditandai adanya beragam profesi (adanya zakat profesi). Keempat, perkembangan sektor bisnis turut menumbuhkan perspektif baru praktifk filantropi Islam seperti crowdfunding untuk kemanusiaan yang tidak terlalu terbebani dengan masalah wacana dan praktik fikih yang kadang agak kaku dan rijid (Latief, 2019).

Peneltiian praktik filantropi Islam dalam konteks keadilan sosial dilakukan Amelia Fauzia (2017) bahwa adanya modernisasi dan islamisasi memberikan memberikan kontribusi dalam praktik filantropi Islam di Indonesia, bentuk kontribusi modernisasi dapat terlihat dengan adanya reformasi dalam bentuk hukum, manajemen, dan inovasi program filantropi Islam dalam bentuk pembangunan dan keadilan sosial sekalipun masih dalam skala yang kecil, oleh sebab itu diperlukan gagasan dan pemikiran yang progresif dan inklusif, salah satunya

dengan melakukan interpretasi fikih yang selama ini masih didominasi pemahaman timur tengah (Arab) yang acapkali mengalami kendala untuk dipraktikan dalam kehidupan masyarakat di Indonesia.

Praktik filantropi Islam yang inklusif dapat terlihat dari program struktural yang bersifat jangka panjang dan adanya dukungan dari berbagai *stakeholders*, oleh sebab itu transformasi filantropi Islam menuju keadilan sosial dengan adanya dialog antara lembaga seperti adanya yayasan amal, CSR, dan berbagai dana kemanusian lainnya. Sementara dalam konteks gerakan lembaga filantropi Islam mampu berkolaborasi dalam menodorong kebijak public yang transparan, pemberdayaan perempuan, anti korupsi, dan keadilan sosial. Meskipun demikian, dalam jangka panjang filantropi Islam dan keadilan sosial masih juga tergantung dengan kondisi dan situasi politik yang stabil, dukungan negara, dan keberadaan masyarakat sipil yang kuat.

Berkaitan dengan penelusuran sejarah filantropi Islam di Indonesia dapat ditelusuri praktiknya sejak awal kerajaan Islam di nusantara hingga abad kesembilas yang disebut oleh Amelia Fauzia sebagai fase islamisasi nusantara. Dalam praktiknya filantropi Islam pada saat itu memiliki kesamaan dengan praktik sebagaimana terjadi di belahan dunia Islam yang ditandai kuatnya peranan ulama, lembaga wakaf, pengikut tarekat, masjid, dan institusi pendidikan, namun setelah kekuatan politik kerajaan-kerajaan Islam mengalami kemunduran sebelum

masa kolonialisme berlangsung, maka kekuatan politik berangsur berpindah ke tangan pemimpin lokal termasuk para pemimpin (tokoh) agama (Fauzia, 2016).

Pada masa kolonial praktik filantropi Islam malah tumbuh dan berkembang dikarenakan pentingnya filantropi Islam dan tidak ikut campurnya pemerintah kolonial dalam urusan agama temasuk filantropi, impilikasinya filantropi Islam khususnya zakat menjadi domain individu yang tidak terikat pengelolaannya dengan negara, sehingga pesantren, masjid, dan organisasi Islam modern mengambil alih peranan pengelolaan kedermawanan (filantropi Islam) sekaligus menjadi bukti tentang menguatnya kekuatan masyarakat sipil. Dalam konteks masyarakat sipil ini terdapat dua tipe kedermawanan, yaitu: pertama, adanya tradisi saling berbagi di masyarakat pedesaan yang mempusatkan diri pada pesantren, masjid, dan ulama. Kedua, tradisi yang telah bersifat modern dengan pengelolaan dana filantropi secara terlembaga yang dimotori oleh Muhammadiyah.

Muhammadiyah sebagai organisasi yang muncul sebagai gerakan amal bahkan gerakan filantropi memfokuskan terhadap kerja-kerja kemanusiaan, salah satu wujudnya ditandai dengan didirikannya Penolong Kesengsaraan Oemoem (PKO) pada tahun 1920-an yang dalam aktivitas pelayanan kesehatannya tidak memandang latar belakang pihak yang dibantunya (Amar, 2017). Kegiatan filantropi sebagai sebuah ekspresi warga negara sekaligus sebagai gerakan/tindakan untuk melakukan

sesuatu yang berdasarkan kepada aspek keyakinan (spiritual) dan kemanusiaan (kepedulian) agar pihak yang mendapatkan penyaluran dari filantropi mampu berdaya dan memiliki hak hidup sejahtera yang dapat diupayakan oleh lembaga/komunitas filantropi, maka dengan sudut pandang demikian akan menyebabkan segala bentuk aktivitas filantropi akan memberikan potensi yang besar dalam upaya memberdayakan kaum dhuafa sekaligus membangun solidaritas sosial dalam bentuk pelayanan sosial, kesehatan, ekonomi, dan sebagainya.

Tantangan pengelolaan filantropi Islam dalam penelitian yang dilakukan oleh Nur Kholis, dkk, (2014) bahwa organisasi pengelola zakat, baik dalam bentuk BAZNAS dan LAZ terdaftar sebagai organisasi pengelola zakat. Dari hasil survey dalam penelitian ini di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan telah terdapat 28 organisasi pengelola zakat yang terdaftar, namun hanya 16 yang secara aktif beroperasi dalam pengelolaan filantropi Islam. Dalam pengelolaannya terdapat perbedaan masing-masing lembaga, khususnya terkait standart manajemen organisasi, strategi *fundraising*, pengelolaan dan penyaluran dana, pengawasan dari dewan pengawas syariah, dan transparansi pengelolaan dananya. BAZ dan LAZ yang berada di lembaga tertentu cenderung mengandalkan pemotongan gaji pegawainya, sedangkan LAZ umum mengandalkan kreativitas program dan akuntabilitas lembaga.

Berkaitan pengelolaan zakat dalam pemberdayaan masyarakat dilakukan secara variatif. Pemberdayaan yang dilakukan meliputi dua bentuk yakni: pertama, pemberdayaan terhadap pihak donatur (muzakki) dengan memberikan pelayanan optimal yang ditandai dalam bentuk layanan jemput zakat, *website*, pembayaran secara daring, pemanfaat laporan secara daring dan media jejaring sosial, dan lainnya. Kedua, pemberdayaan masyarakat kepada mustahik/kaum dhuafa dimana penyaluran dana filantropi Islam salurkan dalam beragam bentuk program pemberdayaan masyarakat yang memungkinkan para mustahik untuk dapat mengakses dengan cara proses dan prosedur yang harus dipenuhi (Makhrus, 2015). Realisasi program lembaga filantropi Islam dalam melakukan pemberdayaan masyarakat dilakukan dalam bentuk pelatihan dan bantuan modal baik berupa hibah maupun dana bergulir, selain itu adapula kegiatan penyaluran dalam bentuk *charity* seperti, bantuan pendidikan, bantuan pelayanan kesehatan, bantuan sarana dan prasana ibadah dan lainnya. Bentuk program dalam pemberdayaan masyarakat secara porsi total penghimpunan dana filantropi Islam cenderung lebih kecil ketimbang dana yang salurkan dalam bentuk *charity*, namun meski demikian pelaksanaan program dapat berjalan dengan lancar meskipun ada kendala sumber daya manusia dalam beberapa proses pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh lembaga filantropi Islam.

Pemberdayaan masyarakat filantropi Islam selain melalui zakat yakni dapat melalui wakaf. Secara historis institusi pengelola wakaf (nazhir) memiliki peranan penting dalam sejarah dan peradaban Islam, sehingga berbagai institusi wakaf telah berfungsi sebagai tempat penyebaran ilmu dan budaya dengan memberikan kebebasan kepada para ulama dan budayawan untuk mengembangan keilmuan dan keahliannya. Menurut Timur Kuran (2001) keberadaan wakaf Islam sebagai sebuah perangkat komitmen yang kredibel untuk memberi kepastian terhadap entitas ekonomi sebagai bagian dari layanan sosial, terlebih selama ini wakaf menjadi instrumen utama untuk pelayanan publik secara kolektif, sehingga pada prinsipnya pengelola wakaf harus mematuhi berbagai ketentuan wakaf sampai dengan dengan praktiknya, sehingga tidak perlu mengabaikan berbagai legitimasi hukum yang berlaku, sementara di sisi lain berbagai regulasi yang berlaku tidak bisa menggantikan berbagai sistem dalam wakaf hanya dikarenakan dianggap tidak memiliki fleksibilitas sumber daya manusia yang efesien atau bahkan dianggap tidak sesuai regulasi yang ada.

Keberadaan wakaf sebagai filantropi Islam secara paradigmatik tidak hanya mengandung aspek spiritual, tetapi juga mengandung aspek sosial. Dua dimensi ini menyebabkan timbulnya kepedulian untuk saling membantu dan saling mendorong kesejahteraan umat Islam dan masyarakat secara umum. Tersebarnya Islam

ke Indonesia juga turut menunjukkan memperluas praktik pengelolaan wakaf yang lebih banyak dilakukan oleh organisasi kemasyarakatan Islam, meski masih dalam bentuk tanah, sekolah, masjid, dan kuburan. Indonesia sebagai negara dengan penduduk beragama Islam terbesar di dunia memiliki peranan penting dalam pengelolaan wakaf. Pengelolaan wakaf di Indonesia pada prinsipnya sama halnya dengan pengelolaan zakat yang lebih dahulu banyak dilakukan oleh organisasi masyarakat maupun institusi pendidikan Islam, sekalipun dalam pemanfaatan tanah wakaf di Indonesia masih didominasi untuk keperluan tempat ibadah, prasarana sekolah, pemakaman, pesantren, sosial dan lainnya. Oleh sebab itu, diperlukan adanya perspektif baru mengenai wakaf, salah satunya dengan memanfaatkan obyek wakaf untuk kegiatan produktif, di samping dibutuhkannya perbaikan kebijakan agraria yang memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan serta turut berperan maksimal pengentasan kemiskinan dengan berbagai program yang lebih produktif.(Triyanta & Zakie, 2014)

Salah satu jenis wakaf yang dapat digunakan untuk pemberdayaan masyarakat adalah wakaf tunai yang telah lama dipraktikkan oleh umat Islam dalam upaya pemberdayaan ekonomi umat yang memiliki fleksibilitas dalam penggunaannya. Konsep dan aplikasi wakaf tunai menjadi salah satu wujud inovasi konsep dan praktik wakaf yang selama ini masih belum mendapatkan

perhatian khusus dalam kajian fiqh klasik, maka adanya wakaf tunai ini pun berimplikasi kepada sektor syariah lainnya, salah satunya yakni adanya Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU). Adanya wakaf tunai tersebut menjadi salah satu sumber permodalan untuk usaha-usaha produktif, khususnya bagi masyarakat yang tidak memiliki akses permodalan kepada perbankan dikarenakan terkendala agunan, oleh sebab itu para nazhir wakaf tunai harus memiliki kompetensi manajerial dan akuntabilitas (Said & Amiruddin, 2019). Apalagi, saat ini wakaf tunai dapat dilakukan di Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU) yang telah mencapai 16 lembaga, sehingga mampu memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk melakukan proses wakaf tunai dengan jumlah nominal yang sesuai dengan kemampuannya, sebab adanya wakaf tunai merupakan bentuk wakaf yang dapat langsung dikelola untuk dapat diorientasikan pada kepentingan publik (umum), taat kepada peraturan yang berlaku, dapat dilakukan supervisi, dan menghasilkan keuntungan yang memiliki dampak kesejahteraan (Makhrus, 2018).

Pengelolaan wakaf tunai yang sangat mudah untuk manfaatkan dapat dikelola untuk *direct invesment* seperti ruko, gedung, perkebunan, peternakan, dan lainnya. Harapannya dari investasi tersebut dapat menghasilkan keuntungan yang dapat dimanfatkan untuk meningkatkan kesejahteran masyarakat sehingga bentuk pengelolaan

wakaf seperti ini dikenal dengan wakaf produktif. Pengembangan wakaf tunai secara filosofi dan praktik sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam bentuk pemberdayaan masyarakat yakni masyarakat mendapatkan dana pembiayaan dan bagi hasilnya (Rozalinda, 2012). Orientasi pengelolaan wakaf tunai di Indonesia telah mampu mendorong adanya praktik wakaf kepada kehidupan masyarakat menengah muslim di Indonesia yang ditandai dengan adanya praktik yang sangat dinamis dan inovatif yang dilakukan oleh lembaga filantropi dan lembaga keuangan syariah. Bentuk inovasi tersebut mengacu kepada program yang telah didesain, dilaksanakan, dan dioptimalkan pengelolaan programnya untuk kepentingan umum. Dalam konteks sosial ekonomi latar belakang pengelolaan wakaf tunai dapat menjadi salah satu pertimbangan, sehingga dalam praktiknya menjadi sangat dinamis, tidak seragam, dan sangat lentur disebabkan adanya orientasi terhadap kemaslahatan ketimbang aspek hukumnya, baik hukum normatif dan positif sebagaimana telah dipraktikkan oleh Tabung Wakaf Indonesia, *Waqf Fund Management*, Muhammadiyah, Nahdhatul Ulama dan lembaga keuangan syariah(Latief et al., 2015).

Prospek pengembangan wakaf tunai di Indonesia masih akan terus menunjukkan perkembangan bersamaan semakin besarnya keinginan dan kesadaran masyarakat untuk berwakaf. Hal tersebut dipengaruhi adanya perubahan paradigma bahwa wakaf tidak harus dalam

bentuk tanah, tetapi dapat dilakukan dalam bentuk uang (tunai). Adanya prospek tunai ini pun harus didukung dengan adanya dukungan pihak terkait, khususnya Badan Wakaf Indonesia (BWI) sebagai lembaga resmi negara yang memiliki peranan strategis dalam mengoptimalkan peranan pengelolaan wakaf di Indonesia. Selama ini peranan BWI melakukan pembinaan tehadap nazhir yang profesional, baik secara individu dan badan hukum yang diberi wewenang dan tanggung jawab sebagai nazhir wakaf uang. Upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia nazhir ini dilakukan secara tentatif dan tetap agar efek manfaatnya dapat dirasakan secara langsung oleh para nazhir, selain itu BWI juga melakukan koordinasi dengan mitra stategis lembaga keuangan syariah dalam upaya memaksimalkan promosi dan sosialisasi wakaf uang, sehingga mampu memaksimalkan pengumpulan potensi wakaf uang dan sekaligus menimbulkan kepercayaan dari masyarakat (Aziz, 2017).

Keberadaan wakaf sebagai sebuah perangkat komitmen yang kredibel untuk memberi kepastian terhadap entitas ekonomi sebagai bagian dari layanan sosial, terlebih selama ini wakaf menjadi instrumen utama untuk pelayanan publik secara kolektif. Pada prinsipnya, pengelola wakaf harus mematuhi berbagai ketentuan wakaf sampai dengan dengan praktiknya, sehingga tidak perlu mengabaikan berbagai legitimasi hukum yang berlaku, selain itu berbagai regulasi yang berlaku tidak bisa menggantikan berbagai

sistem dalam wakaf dikarenakan dianggap tidak memiliki fleksibilitas sumber daya manusia yang efesien atau bahkan dianggap tidak sesuai regulasi yang ada.

Wujud pentingnya filantropi tidak hanya dirasakan oleh negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, namun bagi negara yang minoritas muslim seperti di Amerika Serikat, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fuad Hasyim (2018) bahwa praktik filantropi Islam di Amerika Serikat begitu sangat dibutuhkan dalam membangun solidaritas dan kepedulian yang berawal dari kebiasan individu untuk melakukan berderma, namun kemudian menular dan diikuti oleh individu yang lain karena kebiasaan. Kebiasaan individu dalam berderma bahkan mencapai 80%, padahal peraturan legal di Amerika Serikat bahwa pengurangan pajak karena praktik berderma hanya diperbolehkan melalui lembaga, sehingga beberapa komunitas muslim yang berasal dari Arab mulai menyadari dan menginisiasi penyaluran dalam bentuk institusi/ lembaga sekalipun di sisi lain masih terjadi kekhawatiran akan adanya intai data oleh pemerintah terutama pasca kejadian 9/11 dimana muslim Amerika Serikat tersudutkan dengan masalah terorisme. Seiring berjalannya waktu, menurut Fuad Hasyim pemerintah Amerika Serikat mulai mengubah kebijakannya untuk lebih ramah dengan dengan iklim filantropi salah satunya dengan melakukan edukasi terhadap komunitas yang ditujukan terhadap masyarakat muslim dan membantu organisasi filantropi, sementara

basis filantropi Islam di Amerika Serikat termanifestasi dalam empat kelembagaan, yaitu:

Pertama, masjid, keberadaan masjid tidak hanya dijadikan tempat ibadah, tetapi juga dijadikan sarana dalam pembangunan dan solidaritas bersama, sehingga peranan masjid turut difungsikan sebagai pusat kegiatan sosial, politik, dan tentunya untuk pengembangan filantropi Islam yang bersifat independen. Beberapa nama masjid yang dijadikan sebagai basis gerakan filantropi antara lain yaitu: *al Iman Jamee Masjid, al Amin Jamee Masjid, al Ghadir Mosque, al Madinah Masjid, al Masjid Foundation, al Nur Mosque, al Rassoul Mosque, al Faruq Mosque*, dan *al Alim Jamee*.

Kedua, lembaga pendidikan, adanya dorongan untuk pengelolaan filantropi Islam tidak hanya untuk kegiatan karitatif, namun untuk kegiatan produk turut mendorong penyediaan pelayanan pendidikan gratis, kesehatan, dan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Hal tersebut mendapatkan dukungan masjid yang dikelola secara terpadu dengan menyediakan layanan pendidikan yang sangat dibutuhkan para imigran ekonomi mapan dan membutuhkan akses pendidikan agama bagi anak-anaknya. Pendirian fasilitas pendidikan Islam yang dibentuk antara lain, *Abu Bakar Sidique Islamic Center, Abu Huraira Islamic Center, Academy for Learning Islamic Faith Inc, Al Ajwah Islamic Dawah Learning Center Inc, Al Madina Education Center, Al Noor Islamic Center, Al Huda International Education Center,*

dan *Al Madrasa Al Islami*.

Ketiga, etnis, kehadiran imigram atau pendatang yang berasal dari negara-negara Arab, Afrika, Eropa, dan Asia turut yang mayoritas beragama Islam membentuk komunitas beragama berbasis ras dan etnis yang akhirnya turut menambah jumlah masyarakat muslim Amerika yang juga memunculkan komunitas filantropi dipersatukan persamaan etnisitas. Adapun beberapa organisasi filantropi yang berbasis etnis yaitu A*lbanian Islamic Cultural Center Inc, Afghan American Muslim Outreach, The Alianza Islámica, American Federation of Muslims of Indian Origin*, dan lainnya.

Keempat, aliran/mazhab, Amerika sebagai negara yang liberal menyebabkan corak keislamanannya pun terbagi atas dua bagian yakni terdapat muslim yang konservatif dan muslim yang liberal. Keberagaman keislaman tersebut menimbulkan aliran/ mazhab seperti Sunni, Syiah, Ahmadiyah, dan Salafi yang turut memuculkan berdirinya organisasi filantropi Islam yang berafiliasi yang dengan aliran/mazhab tersebut. Beberapa organisasi tersebut yaitu *Islamic Society of North America* (berafiliasi Sunni), *The North America Shia Ithna-Asheri Muslim Communities* (berafiliasi Syiah), Ahmadiyya Muslim Community (berafiliasi Ahmadiyah), dan Zaituna Institute (Salafi).

Praktik filantropi dalam aspek yang lain harus mampu meningkat kesadaran masyarakat untuk terus berdonasi melalui lembaga sesuai dengan kemampuanya. Pentingnya

berdonasi melalui lembaga turut memberikan dampak signifikan terhadap kepercayaan masyarakat bahwa donasi dikelola dalam berbagai program yang variatif dan kreatif yang sesuai dengan keinginan para donatur, oleh sebab itu timbulnya kesadaran untuk berdonasi yang secara tidak langsung mendorong terciptanya kebahagiaan dikarenakan mampu berkontribusi peningkatan kesahjeteraan masyarakat yang diberdayakan yakni kaum dhuafa (Setiawan & Iman, 2019). Upaya meningkatkan kesadaran berderma yang dilakukan oleh organisasi filantropi Islam dalam berbagai bentuk promosi, baik secara luring dan daring agar mampu untuk menggali potensi filantropi Islam yang besar di Indonesia.

Berkaitan dengan semangat berderma menunjukkan bahwa motivasi para donatur dalam melakukan donasi kepada kaum dhuafa (miskin) berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh PIRAC menunjukkan bahwa berdonasi dalam konteks zakat lebih banyak dipengaruhi aspek spiritual dengan persentase mencapai 96 %, belas kasihan 87 %, solidaritas sosial 86% dan selanjutnya diikuti oleh kepercayaan terhadap organisasi, dipaksa, pamrih dan adat kebiasaan.(Prihatna, 2004), maka dengan demikian bahwa motivasi berdonasi yang sebagian besar dipengaruhi aspek spiritual harus mampu dioptimalkan bentuk pemahaman keagamaan mampu berkontribusi terhadap kehidupan sosial.

B. Media Sosial dan Kampanye Kedermawanan

Media sosial sebagai perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi menjadi fenomina global yang menyebabkan bentuk interaksi menjadi lebih mudah dan cepat dengan berbagai *plafform*. Adanya beragam variasi *platform* media sosial turut memberikan jurang kompetisi antar *platform* yang terkadang ada yang bertahan, namun adapula yang kemudian tenggelam dan hilang. Kompetisi dalam konteks ini tidak hanya berkaitan dengan perusahaan penyedia *platform* penyedia media sosial, tetapi juga berkaitan selera pengguna (*user*) media sosial tersebut yang biasa disebut dengan *nitizen*.

Kehadiran media sosial mampu menjadi ruang komunikasi baru dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dalam cara yang berbeda satu sama lain, sekalipun dilakukan secara mudah dan cepat melalui perangkat dalam *platform* media sosial yang digunakan, oleh sebab itu keberadaan media sosial sebagai ruang komunikasi yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia harus mampu menjadi ruang publik untuk saling berbagi, berkumpul, berkomunikasi, dan berkolaborasi (Sari et al., 2018), selain itu di sisi yang lain adanya ragam *platform* media sosial juga turut membentuk komunitas tertentu secara daring yang biasanya dalam bentuk grup maupun fanspage tertentu, sehingga arus komunikasi dan interaksi menjadi lebih searah sesuai dengan tujuan komunitas daring tersebut.

Komunitas daring pada dasarnya merupakan sekelompok orang di dunia maya yang memiliki minat yang sama untuk saling bertukar pikiran, pandangan, dan informasi secara kontinyu baik yang bersifat formal maupun informal. Hal ini sangat berbeda dengan komunitas luring atau nyata yang harus menentukan jadwal dan agenda yang sesuai dengan kesepatan komunitas, maka adanya komunitas daring ini memberikan kemudahan interaksi yang tidak terbatas oleh jarak dan waktu (Alyusi, 2019), oleh sebab itu media sosial sebagai sebuah media daring dimana para penggunanya memudahkan untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum virtual, dan lainnya juga memiliki dampak tertentu yang berupa dampak baik (positif) dan dampak tidak baik (negatif). Dampak positif dari penggunaan sosial memudahkan interaksi semua orang melalui media sosial yang digunakan, sementara dampak negatif media sosial menyebabkan interaksi tatap muka menjadi sangat berkurang dan dalam aspek yang lebih luas adanya alienasi dari dari dunia sosial yang nyata. (Cahyono, 2016).

Penggunaan media sosial dalam banyak kajian selama ini selain dipergunakan sebagai media interaksi dan komunikasi, media sosial juga menjadi ruang virtual dalam mengoptimalkan kegiatan bisnis dalam meningkatkan skala, promosi, keuntungan, dan pangsa pasar, oleh sebab itu berbagai *platform* media sosial menyediakan fitur khusus bisnis yang dapat dimanfaatkan dan memudahkan

para penggunanya dalam melakukan aktivitas bisnis melalui media sosialnya. Penggunaan media sosial dalam konteks bisnis bahkan dipandang sebagai *integrated marketing communication* mampu memberikan keunggulan kompetitif terhadap UKM dalam melakukan komunikasi dengan pelanggan dan menjaring pelanggan baru, selain itu para penggunaan media sosial tersebut memberikan fasilitas yang tidak kalah menarik dengan media lain (non media sosial) yang membutuhkan biaya tinggi dalam penggunaannya, sehingga harapannya para pelaku usaha mengikuti perkembangan teknologi, peningkatan pemahaman dan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang informasi tidak terkecuali dalam sosial media peningkatan usahanya (Siswanto, 2013).

Penggunaan media sosial dan berwirausaha telah mampu membawa para penggunanya untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Dimana media sosial mampu turut membantu dalam meningkatkan skala pemasaran secara lebih luas, baik melalui jaringan bisnis, pencarian informasi, maupun meningkatkan pendampatan dalam melaksanakan kegiatan usahanya, oleh sebab itu adanya berbagai inovasi menjadi sangat penting dalam meningkatkan kinerja usaha (Olanrewaju et al., 2020), oleh sebab itu dalam era digital yang tandai dengan adanya media sosial menjadi salah satu wadah baru untuk melakukan promosi terhadap *community branding*, sehingga mampu menjadi cara penggalangan dana dan donasi dari sekalipun hal tersebut juga dipengaruhi

oleh jumlah pengikut, suka, dan komentar (Kharima et al., 2021).

Dalam sudut pandang yang lain, media sosial juga mampu media gerakan baru dalam melakukan perubahan sosial, apalagi adanya perubahan sosial erat kaitannya dengan fungsi kebudayaan dan perilaku manusia dalam masyarakat dari keradaan tertentu ke dalam keadaan yang lain. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial dalam bentuk perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial termasuk di dalammnya nilai-nilai, sikap, dan perilaku di antara kelompok (Cahyono, 2016). Menjadikan media sosial untuk melakukan perubahan sosial dapat dilakukan dengan memperbanyak bentuk kampanye dan bentuk perubahan yang akan dilaksanakan. Salah satu upaya yang paling umum dilakukan yakni dengan mengadakan bentuk kampanye dalam mendorong donasi kedermawanan (filantropi) untuk kegiatan tertentu dalam membantu masyarakat yang membutuhkan.

Adanya *platform* filantropi Islam berbasis media sosial dipengaruhi penyesuaian bentuk kampanye dan pihak yang menyampaikan kampanye yang dilakukan secara virtual dalam mengakses *platform* digital yang harus menjadi pertimbangan kebijakan pemerintah salah satunya mengeluarkan *e-government* dalam bentuk *e-complaint* (Triguswinri & Afrizal, 2021). Dalam aspek yang lebih luas yakni dengan mendirikan *platform crowdfunding* sebagaimana

dilakukan oleh Kitabisa.com yang mampu menghubungkan antara donatur dengan pihak yang membutuhkan bantuan donasi dengan pola kampanye donasi yang sangat kreatif. Keberadaan *platform crowdfunding* sebagai sebuah teknik penggalangan dana dengan melibatkan banyak orang termasuk di dalamnya penggalangan donasi. Dalam teknik *crowdfunding* biasanya melibatkan tiga pihak yaitu pemilik projek, pemberi dana, dan penyedia *platform*. Sementara berkaitan dengan *crowdfunder* yang mengadopsi berbagai strategi donasi yang berbeda dalam frekuensi dan besarnya pemberian donasi. Perbedaan mendasar antar *crowdfunde*r menyoroti pemahaman berdonasi sebagai perilaku yang menggabungkan altruisme dan kepentingan pribadi, maka adanya heterogenitas tersebut menyebabkan pengaruh yang berbeda terhadap para donatur yang baru sehingga dibutuhkan desain kampanye dan kebijakan pengelola *platform* (Zhong & Lin, 2018).

Tantangan pengguna media sosial dalam mendorong pentingnya membangun solidaritas dalam membantu pihak yang membutuhkan bantuan donasi dalam memperbaiki kehidupannya yang tidak hanya dilakukan secara kolektif oleh masyarakat, namun hal tersebut diikuti oleh pemerintah dalam memberikan pelayanan dalam membangun kesejahteraan sosial. Implikasinya para pengguna media sosial membutuhkan sebuah gerakan dan kampanye bersama dalam bentuk tagar

yang memungkinkan pengguna media yang lain dapat mengetahui, tertarik, dan terlibat dalam aktivitas yang dilaksanakan.

BAB III
DIMENSI FILANTROPI ISLAM, MEDIA SOSIAL, DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

A. Makna dan Dimensi Filantropi Islam

Istilah filantropi berasal dari bahasa *philanthropia* atau dalam bahasa Yunani *philo* dan *anthropos* yang berarti cinta manusia. Filantropi adalah bentuk kepedulian seseorang atau sekelompok orang terhadap orang lain berdasarkan kecintaan pada sesama manusia (Latief, 2010). Sementara Kamus Besar Bahasa Indonesia filantropi berarti cinta kasih (kedermawanan) kepada sesama. Bila dimaknai secara harfiah filantropi adalah konseptualisasi dari praktik memberi (*giving*), pelayanan (*services*), dan asosiasi (*association*) yang secara sukarela untuk membantu pihak lain yang sedang membutuhkan sebagai bagian dari ekspresi rasa cinta (Amar, 2017). Secara lebih luas filantropi akar katanya berasal dari "*loving people*" sehingga banyak dipraktekkan oleh entitas budaya dan komunitas

keberaagamaan di belahan dunia sehingga aktivitas filantropi sudah lama berjalan, bahkan sebelum sebelum Islam, dikarenakan wacana tentang keadilan sosial sudah berkembang.

Filantropi erat kaitannya dengan istilah kemanusiaan, kepdulian, penyantunan, pemberdayaan, dan peningkatan yang berkaitan kehidupan umat manusiaan (Hasyim, 2018), oleh sebab itu tujuan dari kegiatan filantropi Islam kini dimaknai sebagai gerakan/upaya menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dan dampak positif yang harapannya mampu menimbulkan kedermawanan kolektif yang dilakukan oleh berbagai kegiatan dalam mendorong perubahan sosial seperti pengentasan kemiskinan, perwujudan kesejahteraan publik, keadilan sosial, dan penguatan demokrasi (Latief, 2013a)

Adanya dukungan kampanye yang masif melalui media cetak dan daring (elektronik) secara simultan mampu melalui berbagai kegiatan-kegiatan keagamaan, para aktivis sosial keagamaan, dan berbagai kegiatan keagamaan lainnya yang mampu menampilkan berbagai corak dan latar belakang sosial dan ideologi politiknya dengan melakukan revitalisasi tradisi filantripi Islam (Latief, 2013a). Pada perkembangan selanjutnya, terkait pemahaman dan pemaknaan tentang keadilan sosial dari berbagai komunitas keagamaan mengalami perbedaan pandangan, hal tersebut diakibatkan karena perbedaan aliran pemahaman (*mazhab*) dan agama yang dianut oleh

masing-masing komunitas keagamaan tersebut. Tetapi, menyatukan beragam perbedaan pandangan mengenai keadilan sosial tersebut, pada tahap yang lebih jauh sebenarnya akan menimbulkan kesadaran diri untuk saling peduli terhadap sesama manusia dan membangun solidaritas sosial, guna menjamin terlaksananya kehidupan bermasyarakat (Basyir, 1978: 83). Artinya, bentuk atau gerakan solidaritas sosial yang lebih berlatar belakang spirit agama yang diyakini senantiasa akan menemukan pola yang harmonis jika dilakukan secara sadar dan saling menolong.

Terdapat dua bentuk filantropi yang berkembang di masyarakat di Indonesia yaitu, pertama, filantropi agama, bentuk filantropi ini yang bersumber dari ajaran agama meskipun istilah dan konsepnya berbeda, tetapi memiliki persamaan tujuan untuk saling saling membantu antar masyarakat. Kedua, filantropi sosial, bentuk filantropi ini mengutamakan kegiatan kemanusiaan untuk menciptakan keadilan sosial (Widianto, 2018).

Aspek-aspek filantropi Islam adalah zakat, infak, shadaqah dan wakaf. Zakat secara bahasa berarti suci, tumbuh, berkah dan terpuji. Sedangkan secara istilah suatu ibadah wajib yang dilaksanakan dengan memberikan sejumlah kadar tertentu dari harta sendiri kepada orang yang berhak menerima sesuai dengan ketentuan syariat Islam (Muhammadiyah, 2004), sehingga zakat hanya bisa direalisasikan dengan menyerahkan harta yang berwujud,

bukan didasarkan pada nilai manfaat, seperti memberikan hak menempati rumah bagi orang miskin sebagai zakat. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa banyak yang sepakat bahwa zakat bukan merupakan bentuk "kedermawanan" melainkan sebuah "kewajiban" yang harus ditunaikan apabila sudah sampai kadar (*nishab*) tertentu, meskipun para akademisi di Indonesia kini memasukkan kewajiban zakat tersebut pada filantropi Islam, hal ini dikarenakan zakat masih ditunaikan dengan bentuk kerelaan dan kesadaran individu tanpa sangsi sosial bagi tidak menunaikannya (Latief, 2010). Karena itu membayar zakat adalah wajib etis dan dapat disebut filantropi yang dasarkan juga pada moralitas (Widyawati, 2011). Aspek lain filantropi Islam adalah Infak yang berarti perbuatan atau sesuatu yang diberikan kepada orang lain untuk menutupi kebutuhan orang lain tersebut, baik makanan, minuman dan lainnya yang didasarkan ikhlas pada Allah. Selain itu, infak juga berkaitan dengan sesuatu yang dilakukan secara wajib dan sunah, sedangkan *shadaqah* berarti pemberian seseorang secara ikhlas kepada yang berhak menerimanya yang akan diiringi pahala dari Allah, sehingga *shadaqah* mempunyai arti yang lebih luas, baik materiil maupun non-materiel (Muhammadiyah, 2004).

Keberadaan filantropi Islam di Indonesia notebene digagas dan diwakili oleh lembaga non-pemerintah baik LSM, oganisasi keagamaan, organisasi kemasyarakatan dan lainnya, sehingga untuk mengenalisa aktivisme

filantropi dalam masa sekarang ini, menurut Helmut K. Anheier dan Diana Leat dapat melalui empat pendekatan, yaitu: pertama, pendekatan karitas (*charity approach*), pendekatan ini lebih bersifat pelayanan sosial sebagaimana dilakukan masyarakat pada abad 19, sekalipun hingga kini masih dianggap efektif. Selain itu, metode ini lebih banyak menyorot gejala-gejala yang terjadi, ketimbang sebab sumber masalah yang terjadi, sehingga mengakibatkan metode ini dampak sosialnya tidak begitu terasa. Kedua, filantropi ilmiah (*scientific philanthropy*), pendekatan ini bertujuan untuk mengurangi atau menghilangkan penyebab kemiskinan dengan cara mengetahui akar penyebab kemiskinan tersebut. Karenanya, pendidikan dan penelitian menjadi wilayah pendekatan ini daripada memberikan pelayanan. Ketiga, neo-filantropi ilmiah (*new scientific philanthropy*) pendekatan ini lebih memfokuskan pada proses dari pada peran, sehingga pendekatan ini kurang memberikan perhatian terhadap nilai-nilai yang unik dalam konteks demokrasi. Keempat, pendekatan kreatif (*creative philanthropy*), pendekatan ini dapat mengembangkan berbagai perangkat ketiga pendekatan sebelumnya, sehingga lebih memiliki dampak yang lebih besar baik secara institusional ataupun pada masyarakat. Artinya, proses pelayanan yang dilakukan oleh lembaga atau komunitas filantropi dalam konteks pemanfaatkan dana sosialnya diharapkan bisa dimaksimalkan dalam bentuk pemberdayaan, sekalipun masih ada yang dilakukan

dengan cara tradisional atau bersifat karitas (Latief, 2010).

B. Klasifikasi dan Relasi Eksistensi dalam Media Sosial

Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, sehingga memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat oleh para penggunanya yang dampaknya dapat mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain (Kaplan & Haenlein, 2010), oleh sebab itu keberadaan media sosial sebagi sebuah sarana interaksi secara daring dimana para pengguna saling berkomunikasi, berinteraksi, saling bertukar pesan, membangun jaringan, dan saling berbagi pengalaman antar pengguna media sosial tanpa terbatas ruang dan waktu.

Keberadaan media sosial memberikan ruang kepada para penggunanya untuk mengakses informasi secara cepat dan saling terhubung satu sama lain, maka sebelum menggunakan media sosial diperlukan mengetahui ciri-ciri media sosial yaitu: pertama, pesan yang disampaikan dapat disampaikan dan dilihat banyak orang yang telah berteman. Kedua, pesan yang disampaikan jauh lebih cepat dibandingkan dengan media lainnya. Ketiga, tidaknya adanya saringan atas pesan disampaikan dibandingkan (*gatekeeper*), sehingga informasi yang tersampaikan sepenuhnya sesuai pesan yang disampaikan pengirim pesan. Keempat, penerima pesan yang menentukan waktu interaksi dengan pengirim pesan (RI, 2014).

Adanya pemahaman tentang ciri-ciri media sosial secara baik memiliki korelasi dengan kemampuan diri dalam menggunakan media sosial yang berimplikasi dalam terhadap kebutuhannya dalam mengunakan media sosial, oleh sebab itu keberadaan media sosial dalam sudut praktik (pengguna) memberikan kemudahan kepada para pelaku usaha, masyarakat, dan pemerintah dapat melakukan interaksi langsung dengan para publik.

Berdasarkan klasifikasinya dan pengungkapan diri dalam penggunaan media sosial, terdapat klasifikasi mengenai media sosial yang memberikan ruang kepada penggunanya pada posisi mana menggunakan media sosial sebagaimana gambar berikut :

		Social presence/ Media richness		
		Low	Medium	High
Self-presentation/ Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content communities (e.g., YouTube)	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

Sumber : (Kaplan & Haenlein, 2010)

Adanya klasifikasi media tersebut dengan menggunakan teori kekayaan media sebagai sebuah teori yang banyak digunakan dalam pemilihan media komunikasi dikarenakan sebuah komunikasi membutuhkan waktu lama untuk dimengerti dalam mengatasi berbagai perspektif yang berbeda, sehingga hal yang dapat dilakukan dengan memberikan peringkat dan memberikan informasi yang

jelas dan mencegah ketidakpastian informasi, oleh sebab itu Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein (2012) membagi media sosial menjadi sebagai berikut :

1. Proyek kolaborasi, adalah situs yang memungkinkan para penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, dan menghapus konten yang telah tersdia atau disediakan, misalnya Wikipedia.
2. *Blog* dan *micro-blogs*, adalah sebuah aplikasi yang dapat memungkinkan para penggunanya secara bebas untuk mengekspresikan berbagai hal ke dalam sebuah blog yang berisi curhatan (curhat) maupun kritikan, misalnya Twitter.
3. Konten, adalah media yang memungkinkan para pengguna untuk saling berbagi konten-konten media tertentu dalam bentuk video, gambar, e-book dan lainnya, misalnya TikTok, Youtube, dan Instagram
4. Jejaring sosial, adalah aplikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk dapat terhubung dengan informasi pribadi yang telah dibuat, bentuk informasi tersebut tersebut berupa video dan gambar, misalnya Facebook dan Instagram.
5. *Virtual game word,* adalah dunia permainan berbasis *virtual* yang memungkinkan para penggunanya dalam berinteraksi dan berkomunikasi dalam bentuk *avatar* sebagaimana yang terjadi dalam dunia nyata, misalnya dalam permainan daring seperti *world of warcraft*.

6. *Social virtual word*, adalah dunia sosial berbasis *virtual* dengan menggunakan *virtual reality* yang dipasangkan di areal mata manusia. Persamaan dengan *virtual game word* sama-sama menjadi interaksi dengan orang lain, namun *social virtual word* lebih bersifat lebih luas dan mengarah ke dalam kehidupan yang lebih nyata, misalnya *second life*.

Beragam *platform* media sosial yang digunakan sebagai media untuk melakukan komunikasi, bertukar pikiran, *blog,* dan berbagai aktivitas lainnya, namun media sosial dapat digunakan untuk aktivitas bisnis dan berbagai kegiatan komersil lainnya yang mampu memberikan keuntungan kepada penggunanya, oleh sebab itu beberapa *platform* media sosial memberikan dua bentuk kepada para penggunanya yakni media sosial organik yang gratis dan media sosial berbayar (*social media Ads*), maka terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam penggunaan sosial media yakni:

1. Pemilihan sosial media yang tepat, hal ini bertujuan agar untuk mengoptimalkan penggunaan sosial media untuk tujuan yang dikehendaki, sehingga mampu menimbulkan ketertarikan pihak lain untuk terlibat aktif dengan yang disampaikan dalam sosial media.
2. Pemilihan aplikasi, yaitu mengarahkan pada pemilihan media sosial yang telah ada untuk mendapatkan keuntungan dari popularitas penggunanya, sebab

media sosial menunjukkan eksternalitas yang memiliki dampak baik pihak lain untuk dapat terlibat.

3. Menyelaraskan aktivitas, hal ini dimaksudkan agar media sosial selaras satu sama lain untuk mendapatkan jangkauan yang lebih luas.
4. Integrasi rencana media, hal ini menunjukkan bahwa apa yang berlaku di media sosial juga berlaku di media konvensional.
5. Akses untuk semua, hal dimaksudnya bahwa media sosial sekalipun masih terjadi batasan antar platform, namun kenyataannya informasi mampu diakses oleh seluruh penggunanya (Kaplan & Haenlein, 2010).

Adanya lembaga dan komunitas filantropi Islam berbasis media sosial yang mendapatkan respon positif oleh sesama para pengguna media sosial turut berpengaruh terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat untuk saling membantu dan berderma, implikasinya penggunaan media sosial sebagai salah wadah mencari dukungan dari semua pihak diharapkan mampu memperbesar aktivisme filantropi Islam itu sendiri.

Media jejaring sosial atau biasa disebut *Social Networking Site* (SNS) adalah suatu layanan berbasis *website* yang memungkinkan setiap individu untuk melakukan hubungan melalui dunia maya, mulai membuat profil diri, menujukkan koneksi seseorang dan memperhatikan hubungan yang terjadi antar pemilik akun (Siswanto,

2013). Bentuk sosial media sebagaimana telah disampaikan sebelumnya antara *Twitter, Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Google+, Blogspot, Wordpress, foursquare, Flickr* dan lainnya yang memungkinkan seorang pengguna akun bisa berinteraksi dengan pengguna akun yang lain. Selain itu, adapula bentuk media sosial yang berbentuk aplikasi yang terdapat dalam *smartphone* yang sebelumnya harus menginstal aplikasi tersebut sebelum digunakan misalnya: *Instagram, WhatApp, Blackberry Messenger* (BBM), *Path*, Kakao *Talk*, dan lainnya.

Hal penting yang harus diperhatikan dalam penggunaan media sosial adalah selalu mempertimbangkan dampak positif dan negatifnya. Dampak positif media sosial yaitu memudahkan interaksi, memperluas pergaulan, memperluas pergaulan, tidak terbatas jarak dan waktu, memudahkan dalam mengeksplokasi diri, penyebaran informasi yang cepat, dan biaya murah. Sedangkan berkaitan dengan dampak negatif media sosial adalah timbulnya jarak interaksi dengan orang terdekat, berkurangnya interaksi secara luring, timbulnya kecanduan terhadap internet, rentannya perngaruh buruk, lunturnya ruang privasi, dan menimbulkan konflik (Cahyono, 2016), maka untuk Tindakan antisipatif terdapat beberapa hal yang hal penting dalam penggunaan media sosial, yaitu :

1. Aktif, sosial media memunngkin setiap orang membangun interaksi melalui berbagai hal.

2. Menarik, menggali secara mendalam mengenai apa saja yang dibutuhkan oleh pelanggan bila sosial media digunakan bisnis, sehingga mampu menimbulkan kesan mendalam bagi para pelanggan.
3. Rendah hati, penggunaan media sosial menuntut para penggunanya untuk meningkatkan pemahaman dan kerlibatan secara aktif, tetapi harus diimbangi dalam upaya membangun empati.
4. Professional, menunjukkan sikap untuk dapat menghargai orang lain
5. Jujur, penggunaan akun resmi sangat dianjurkan dibandingkan menggunakan akun palsu, sekalipun dalam beberapa platform telah melakukan verikafikasi terlebih dahulu kepada penggunananya (Kaplan & Haenlein, 2010)

Adanya media sosial memungkinkan seseorang maupun kelompok dapat melakukan interaksi dengan banyak orang di dunia may, baik dilakukan secara terbatas maupun umum, saling melihat daftar pengguna untuk saling berbagi informasi dan menambah atau melihat pertemanan sesama pengguna. Biasanya dalam media sosial terdapat beberapa kontens yang memungkin para pengguna dapat bertukar informasi seperti teks, tautan, video dan gambar, sehingga bentuk informasi dapat dimengerti secara cepat dan mudah dipahami, maka penggunaan media sosial yang dilakukan oleh lembaga dan komunitas filantropi Islam

dalam mendorong kesadaran berderma di masyarakat menjadi pola baru dalam gerakan filantropi Islam dalam membaca perkembangan masyarakat yang tandai masyarakat telah menjadi menjadi masyarakat informasi. Adapun ciri-ciri masyarakat informasi yaitu: pertama, terkena *exposure* (terpaan) media massa dan komunikasi global, sadar informasi dan mendapatkan informasi yang cukup, menjadikan informasi sebagai komoditas bernilai ekonomis, terhubung dengan masyarakat global, dan mengakses informasi dengan cepatan tinggi (Alyusi, 2019).

C. Pemberdayaan Masyarakat dan Harapan Kesejahteraan

Pengertian pemberdayaan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki satu makna dengan pendayagunaan yang berarti mengusahakan agar mampu mendatangkan hasil dan manfaat (Pendidikan, n.d.), dalam pengertian yang lain pemberdayaan (*empowerment*) juga berasal dari *power* yang berarti kekuatan dan kekuasaan, sehingga pemberdayaan dapat diartikan sebagai pemberian kuasa untuk menguasai atau mengontrol manusia baik individu ataupun kelompok untuk berpartisipasi dalam keputusan yang menyangkut diri dan komunitasnya (Dahl, 1989). Dalam konteks ini poisisi masyarakat memiliki hak untuk menentukan pilihan yang akan dilakukan guna mengembangkan diri dan memutuskan pilihannya. Melalui kuasa yang dimiliki oleh masyarakat tersebut, maka pemberdayaan akan mudah dijelaskan pada saat manusia

dalam keadaan tidak berdaya atau tidak bisa menolong dirinya sendiri, sehingga membutuhkan bantuan pihak lain untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dan akhirnya berdaya. Pemberdayaan secara konsep dan praktik banyak dipengaruhi dan mengacu pada pengaruh Karl Marx tentang pertentangan kelas buruh dan majikan sebagai dasar dari pemberdayaan (Prijono & Pranarka, 1996).

Sementara pengertian masyarakat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah sejumlah manusia dalam arti yang seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama (Pendidikan, n.d.), namun dalam pengertian yang lain masyarakat adalah sekelompok manusia/iindividu yang hidup secara bersama-sama untuk jangka waktu tertentu dan memiliki persamaan perasaan, sikap, dan budaya sehingga terbentuk keteraturan tertentu.

Pemberdayaan masyarakat adalah pembangunan yang menjadikan masyarakat memiliki inisiatif untuk memulai proses sosial dengan memperbaiki situasi dan kondisi diri sendiri, oleh sebab itu pemberdayaan masyarakat hanya dapat dilakukan apabila masyarakat berpartisipasi atau terlibat langsung dalam proses pelaksanaannya yang mampu mengubah masyarakat menjadi lebih baik dari kondisi yang sebelumnya (Maryani & Nainggolan, 2019). Dalam pemaknaan yang lain pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai mengembangkan kondisi dan situasi sedemikian rupa, sehingga masyarakat memiliki daya dan

kesempatan untuk mengembangkan kehidupannya tanpa adanya kesan perkembangan tersebut hasil kekuatan eksternal dengan memposisikan masyarakat harus sebagai subyek bukan objek.

Sasaran utama dalam pemberdayaan masyarakat adalah mereka yang lemah (dhuafa), kemampuan sumber daya manusia yang terbatas, minimnya akses terhadap sumberdaya produktif, dan terpinggirkan dalam proses pembangunan. Guna menjadikan pemberdayaan masyarakat lebih partisipatif dan memiliki dampak jangka panjang yaitu menjadikan proses akhir dari pemberdayaan masyarakat sebagai upaya mendorong kemandirian dan kesejahteraan masyarakat supaya meningkatkan taraf hidupnya (Widjajanti, 2011). Berkaitan dengan kesejehteraan sosial telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2009 tentang Kesejahteraan Sosial yang menyebutkan bahwa kesejahteraan Sosial adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya.

Dalam konteks kesejahteraan keberadaan pemberdayaan masyarakat mampu mendorong tercapainya akses pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup masyarakat, salah satunya dengan terpenuhinya sandang, papan, dan pangan yang berimplikasi terhadap terciptanya rasa senang, nyaman, dan bahagia, oleh sebab itu guna mengukur tingkat kesejahteraan masyarakat dapat

dilakukan dengan tiga acara, yaitu: pertama, penghasilan atau pendapatan ekonomi masyarakat meningkat secara kuantitas untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kedua, meningkatnya kualitas hidup masyarakat seperti kesehatan, pendidikan, sosial, dan lainnya. Ketiga, memiliki investasi atau dana cadangan yang dapat dipergunakan untuk menunjang kebutuhan hidup dan musibah yang akan dihadapi diri dan keluarganya.

Upaya yang dilakukan oleh negara dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum dilakukan mengeluarkan kebijakan bersifat *top down,* dimana kebijakan dibuat secara prosedural dengan menjadikan masyarakat sebagai objek dalam penerapan kebijakan yang berimplikasi terhadap ketergantungan masyarakat kepada program-program pemerintah sebagaimana salah satunya tergambar program Bantuan Langsung Tunai (BLT) dengan memberikan uang tunai kepada masyarakat, oleh sebab upaya yang dilakukan dengan menjadikan masyarakat sebagai mitra program, dimana masyarakat berpartispasi aktif, mulai dari tahap desain program sampai dengan tindak lanjut pelaksanaan program, hal inilah yang kemudian dikenal dengan kebijakaan *botton up* dimana program berasal dari inisiatif masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah upaya dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang memiliki dampak terhadap pembangunan nasional selalu menekankan pada praktik advokasi yang memiliki target

jangka panjang, hal tersebut dikarenakan keberadaan pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah proses yang mampu mendorong masyarakat untuk berinisiatif untuk memulai kegiatan sosial yang dapat memberi dampak perubahan terhadap dirinya sendiri. Dalam pelaksanaan program permberdayaan masyarakat terdapat beberapa prinsip yang harus dilakukan supaya program dapat berjalan secara baik. Adapun prinsip pemberdayaan masyarakat tersebut sebagai berikut :

1. Prinsip partisipasi, prinsip ini bertujuan untuk mendorong keterlibatan aktif dalam proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dimulai dari analisis kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan tindak lanjut program, oleh sebab itu keberadaan pendamping dalam proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dapat menjadi fasilitator dan motivator dalam memberikan arahan dan pembinaan.
2. Prinsip kesetaraan, prinsip ini bertujuan untuk memberikan persamaan tujuan kepada semua pihak yang terlibat dengan segala kemampuan dan kekurangannya, sehingga mampu saling berkontribusi dalam memberikan ide/gagasan, pengalaman, pengetahuan, dan dukungan untuk kesuksesan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan.
3. Prinsip keswadayaan, prinsip ini bertujuan agar masyarakat dapat mengedepankan kemampuannya

dalam mengelola, mengembangkan, dan dan memperkuat sumber daya alam atau sumber daya manusia yang tersedia.

4. Prinsip kemandirian, prinsip ini bertujuan agar masyarakat tidak mengalami ketergantungan kepada berbagai pihak yang terlibat dalam proses pemberdayaan masyarakat, oleh sebab itu para anggota masyarakat harus mampu berperan aktif dalam memaksimalkan peran, tugas, dan tanggung jawab sesuai dengan kapasitas dan kemampuannya.
5. Prinsip berkelanjutan, prinsip ini bertujuan untuk mendorong kemandiran masyarakat dalam mengelola seluruh program pemberdayaan masyarakat, dimana peranan pendamping dalam proses ini semakin berkurang dibandingkan awal pembentukan. Adanya prinsip berkelanjutan turut membantu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dikarenakan mampu mengoptimalkan sumber daya dan saling terikat dengan pembangunan masyarakat di masa yang datang.

Pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah upaya dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat menjadi salah satu metode dalam mengeluarkan masyarakat dari problematika sosial yang selama ini menyanderanya yang notabene masyarakat miskin dan terbelakang, oleh sebab itu prinsip pengelolaan program yang sismatik

dalam pemberdayaan masyarakat harus tersusun secara maksimal dan terancana sejak dari analisa awal sampai dengan tindaklanjut pasca pelaksanaan program yang mampu memberikan perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat yang terlibat dalam proses kegiatan pemberdayaan masyarakat.

Pentingnya keberadaan pemberdayaan masyarakat yang mampu memberikan dorongan kepada masyarakat untuk berdaya dan mandiri untuk melakukan proses kegiatan sosial dalam memperbaiki kehidupannya, maka hal yang perlu dilakukan yakni dapat mengetahui cara proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat, kemampuan dalam mendampingi, dan kemampuan dalam mengukur tingkat keberhasilannya dengan terciptanya kemandirian dan bisa memberikan dampak sistemik pada individu maupun golongan dari masyarakat yang diberdayakan. Guna meningkatkan kualitas pemberdayaan masyarakat terdapat beberapa yang pendekatan yang dapat digunakan agar program pemberdayaan masyarakat berjalan secara baik, terencana, dan terukur. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan yaitu *Parcipatory Rural Apprasial* (PRA). Pendekatan PRA merupakan teknik keterlibatan masyarakat dalam proses pemikiran selama perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi selama program pemberdayaan masyarakat di pedesaan.

Pendekatan PRA dalam pemberdayaan masyarakat akan menjadikan masyarakat sebagai subjek dan bukan

objek dalam proses pemberdayaan masyarakat, sementara pendamping menjadi bagian dan berbaur dengan masyarakat, sehingga dapat secara intensif mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dan terlibat aktif dalam proses pembangunan dan pengembangan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Selama ini pendekatan PRA dalam pemberdayaan masyarakat banyak digunakan untuk masyarakat pedesaan dalam meningkatkan perekonomian, pendidikan, sosial, budaya, dan lainnya. Misalnya, dalam bidang pendidikan masyarakat pendesaan secara umum akrab dengan penyelenggaraan pendidikan berbasis keagamaan yang relatif baik dan antusias, salah satunya dengan pendidikan berbasis pesantren. Lembaga pendidikan berbasis pesantren ini sudah lama berjalan dengan berbagai kemampuan yang dimilikinya dan memiliki kemampuan kemandirian dalam mengelolaannya, oleh sebab itu pada prinsipnya pemberdayaan masyarakat merupakan upaya menyelaraskan partisipasi, keterpaduan, inisiatif (*botton up*), dan keberlanjutan dari pemberdayaan masyarakat tersebut, sehingga masyarakat dapat terdorong dalam membangun eksistensi sosial di pedesaan melalui pola-pola yang lebih egaliter dan tidak indiviualistik sebagaimana terjadi pada masyarakat perkotaan (Latief, 2012).

Bentuk pemberdayaan masyarakat dengan menggunakan pendekatan PRA pada dasarnya memprioritaskan terhadap permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dengan cara melakukan pemetaan, penyajian,

pemecahan, dan penyelesaian masalah yang dihadapi, maka hal yang perlu dilakuka dalam proses ini dengan memperhatikan berbagai kegiaran yang dilakukan dalam PRA yang meliputi: pertama, melakukan analisa awal dan pemetaan wilayah ke dalam kegiatan dengan memahami secara komprehensif keadaan/kondisi masyarakat. Kedua, melakukan analisa secara mendalam mengenai terhadap permasalahan masyarakat yang akan diberdayakan. Ketiga, memperoleh alternatif pemecehan masalah dengan memprioritas kepada kemampuan dan kehandalan dalam memecahkan masalah. Keempat, adanya keterlibatan berbagai *stakeholders* yang dapat bermitra dalam menjalankan dan berpartisipasi dalam proses kegiatan pemberdayaan masyarakat, baik dalam bentuk materi dan non-materi.

Permasalahan yang sering dihadapi dalam pemberdayaan masyarakat yakni masih adanya paradigma dogmatis yang berwujud keengganan untuk merubah sikap dan keadaan yang sedang dijalani, hal tersebut ditengarahi bahwa segala problematika kehidupan sedang menghimpitnya merupakan suratan takdir yang harus dijalani dan dipasrah, tanpa adanya keinginan untuk melakukan perubahan terhadap keadaan yang menghimpitnya. Dalam kondisi demikian keberadaan pendamping dalam pemberdayaan masyarakat dituntut dapat berpikir dan bertindak secara komprehensif supaya paradigma serba pasrah tersebut dapat diurai dengan

tindakan usaha yang memiliki dampak jangka panjang.

Segala permasalahan yang dihadapi proses pelaksanaan pemberdayaan masyarakat pada dasarnya dapat diidentifikasi dengan memahami secara mendalam mengenai tahapan dalam konteks misi pemberdayaan masyarakat. Pemahaman secara mendalam terhadap tahapan-tahapan pemberdayaan akan memberikan berbagai variasi bentuk program advokasi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pemberdayaan masyarakat. Adapun tahapan-tahapan tersebut sebagai berikut:

1. Penyadaran, tahap ini pemberdayaan masyarakat diarahkan untuk menekankan pada penyadaran diri, sumber daya manusia yang dimiliki, beragam peluang untuk memperbaiki kondisi, dan solidaritas sebagai misi pendampingan;
2. Pengorganisasian, tahap ini pemberdayaan masyarakat diorientasikan untuk memanfaatkan potensi kelembagaan yang telah mengakar kuat di masyarakat, sehingga dapat digunakan untuk melakukan perubahan;
3. Kaderisasi, tahap ini pemberdayaan masyarakat diorientasi terhadap proses transfer atau penerus pasca program pemberdayaan masyarakat;
4. Dukungan teknis, pada tahap ini mulai dilakukan penyediaan saran dan prasarana, baik dari swadaya maupun dari pemerintah;

5. Pengelolaan sistem, pada tahap ini dilakukan dengan memaksimalkan beragam fungsi dan penyesuaian yang diambil dalam sistem dan tahapan dalam tiap sistem yang terkait (Hadiyanti, 2008).

BAB IV
AKTIVISME FILANTROPI ISLAM BERBASIS MEDIA SOSIAL

Keberadaan media sosial dalam konteks organisasi pengelola filantropi Islam yang berbasis media sosial menjadi hal yang sangat vital, sebab hal tersebut erat kaitannya dengan bentuk gerakan, program, dan target yang hendak oleh organisasi filantropi Islam berbasis media sosial tersebut, oleh sebab itu keberadaan media sosial semacam menjadi media baru untuk bisa mendorong kesadaran berdermawanan masyarakat yang dalam hal ini para pengguna media sosial (*nitizen*) untuk terlibat aktif dalam aksi filantropi, apalagi media sosial mampu memberikan beragam kemudahan, efektifitas, dan jangkauan yang tidak terbatas.

Fleksibilitas media sosial dalam mendorong keterlibatan masyarakat dalam melakukan donasi secara daring tidak saja memberikan kemudahan, tetapi masyarakat dapat memilih sendiri *platform* yang sesuai

keinginan dan kebutuhannya. Salah satu lembaga atau komunitas filantropi Islam yang menggunakan media sosial sebagai basis gerakan kampanye penggalangan donasi secara daring dilakukan oleh Sedekah Rombongan (SR), Sedekah Bergerak (SB), Laskar Sedekah (LS), Sedekah Kreatif Edukatif (SKE), dan Kitabisa.com yang menjadi tujukan para donatur yang notabene pengguna media sosial.

Kelima lembaga atau komunitas filantropi tersebut secara kreatif dan inovatif melakukan ajakan/kampanye berdonasi dengan berbagai program yang telah didesain dengan tetap menjadikan media sosial sebagai basis gerakan filantropi (berderma), sehingga menyebabkan donatur dapat melakukan berbagai cara donasi yang telah disediakan. Gerakan filantropi Islam yang merupakan salah satu cara dalam mengoptimalkan media sosial untuk mendorong kesadaran berderma, sehingga penggunaan media sosial yang selama ini digunakan untuk kepentingan pribadi untuk sekadar berkeluh kesah, meracau, bertukar pikiran, dan seterusnya, mampu dimaksimalkan menjadi gerakan untuk saling berbagi kepada mereka yang membutuhkan.

Secara kelembagaan Sedekah Rombongan (SR), Sedekah Bergerak (SB), dan Kitabisa.com telah berbentuk Yayasan, sementara Laskar Sedekah (LS) dan Sedekah Kreatif Edukatif (SKE) masih berbentuk komunitas, oleh sebab itu dalam bahasan buku ini menyebutnya sebagai

lembaga dan komunitas filantropi Islam. Terlepas dari status kelembagaannya peranan dan gerakan kelima lembaga dan komunitas filantropi Islam berbasis media sosial tersebut telah menghadirkan perspektif dan referensi baru kepada masyarakat dalam melakukan donasi yang berimplikasi terhadap semakin membesarnya sikap kepeduluan sosial yang ditandai dengan adanya saling membantu kepada mereka yang membutuhkan.

A. Sedekah Rombongan

Lahirnya Sedekah Rombongan tidak dapat dilepaskan dari peran Saptuari Sugiharto selaku penggagas atau pendiri. Penggunaan penggagas atau pegiat di Sedekah Rombongan kemudian dikenal dengan istilah Kurir. Saptuari Sugiharto adalah seorang pengusaha, penulis, dan motivator bisnis. *Branding* bisnis yang dimiliki oleh Saptuari Sugiharto yaitu Kedai Digital yang telah tersebar di seluruh kota besar di Indonesia, selain itu Saptuari Sugiharto juga memiliki lini bisnis lain dalam bidang kuliner, pakaian, dan lainnya.

Awal mula berdirinya Sedekah Rombong dimulai dari tulisan Saptuari Sugiharto di laman blog-nya www.saptuari.com pada tahun 2011. Dalam isi postingan tulisan tersebut menceritakan ihwal pertemuannya dengan Putri Herlina yang memiliki keterbatasan fisik, namun mampu berkontribusi positif dalam beragam kegiatan yang dilaksanakan oleh Panti Asuhan Sayap Ibu di Yogyakarta.

Berkat postingan tulisannya di blog-nya tersebut, Saptuari Sugiharto pun kebanjiran SMS, *mention*, komentar di media sosial yang milikinya dengan memberikan apresiasi terhadap apa yang dilakukan oleh Putri Herlina yang belum tentu dapat dilakukan oleh banyak orang.

Adanya respon positif dari para pengguna media sosial tersebut, maka Saptuari Sugiharto menindaklanjuti dengan melakukan penggalangan donasi untuk membantu panti asuhan tersebut. Hal tersebut disampaikan oleh Saptuari Sugiharto melalui laman media sosialnya dan mendapatkan respon positif dengan terkumpulnya sejumlah donasi dan disalurkan secara penuh kepada panti asuhan tersebut tanpa potongan biaya sama sekali. Pasca penggalangan donasi untuk panti asuhan tersebut turut memberikan inspirasi untuk Saptuari Sugiharto untuk melakukan donasi serupa kepada masyarakat yang membutuhkan, sehingga pada perkembangannya Saptuari Sugiharto menyebut bentuk berdonasi sebagai '*amanah dari langit*'.

Cara kreatif yang dilakukan Saptuari Sugiharto dalam menggalang donasi dengan menggunakan media sosial yang dimulai dengan membantu Panti Asuhan Sayap Ibu tersebut di atas, dimulai pada tanggal 9 Juni 2011 dan kemudian dinisbatkan sebagai hari lahirnya Sedekah Rombongan. Gerakan berderma secara daring yang dilakukan oleh Saptuari Sugiharto semakin massif dengan adanya tagar #*SedekahRombongan* di media sosial yang isinya membagi program donasi, kegiatan, dan laporan,

sehingga hal tersebut mendapatkan banyak respon positif oleh para pengguna media sosial untuk terus berdonasi yang tidak hanya membantuk kegiatan program di panti asuhan, tetapi untuk kegiatan lain seperti fasilitasi untuk membantu layanan kesehatan hingga membantu para korban erupsi Merapi yang melanda di Yogyakarta dan sekitarnya.

Secara kelembagaan Sedekah Rombongan memiliki visi awal yakni Sedekah Rombongan menyampaikan titipan dari langit, tanpa rumit, sulit dan berbelit-belit. Sedangkan bentuk program yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan termanifestasi dalam 9 (sembilan) bentuk program yakni: (1) panti asuhan anak cacat, (2) panti asuhan bayi terlantar, (3) panti asuhan yatim piatu, (4) janda tua dhuafa, (5) anak-anak/dewasa/orang tua sakit dan tidak mampu, (6) biaya sekolah anak yatim dan dhuafa, (7) pesantren yang sedang dibangun/kurang, (8) mushola/masjid yang sedang dibangun, (9) kebutuhan alat ibadah (Alquran, sarung, mukena dan lainnya).

Dalam konteks pengumpulan donasi diawal inisiasi berdirinya Sedekah Rombongan menurut Saptuari Sugiharto yang pernah menulis kisah Putri Herlina Panti Asuhan Sayap Ibu, tetapi juga menulis di laman Facebook-nya tentang sebuah panti yang mengurusi orang-orang gila dengan beragam aktivitasnya. Postingan kisah tersebut pun mampu menarik hati para pembaca untuk melakukan donasi kepada Sedekah Rombongan, hal tersebut ditandai

semenjak tiga hari dibagikan ternyata telah terkumpul donasi sebesar 300 juta dan dalam waktu setengah bulan telah terkumpul sebanyak 1,2 miliar, sekalipun donasi tersebut mengalami kendala yang disebabkan panti yang mengurusi orang gila tersebut hanya mampu menerima donasi menerima donasi antara 10 juta sampai dengan 15 juta dari donatur setiap bulannya. Dalam kasus yang lain, menurut Saptuari Sugiharto, ia pernah bertemu dengan anak-anak yang dibuang oleh orang tuanya karena cacat, baik fisik maupun mental, sehingga membutuhkan pendampingan dan bantuan dalam menjalankan kehidupan yang lebih baik ke depannya.

Adanya berbagai pemasalahan yang diharapi masyarakat di sekelilingnya turut mengetuk hati Saptuari Sugiharto untuk membuat gerakan untuk saling membantu masyarakat yang membutuhkan, maka dengan semangat tersebut timbullah iniasiasi untuk mendirikan Sedekah rombongan dengan spontan dengan pemikiran bahwa bersedekah bisa dilakukan secara rombongan. Filosofi Sedekah Rombongan menurut Saptuari Sugiharto seperti semut yang kecil-kecil, tetapi secara rombongan mampu mengangkat roti, sehingga apabila terdapat orang yang sakit atau *dhuafa*, maka bisa dibantu secara berombongan atau bersama diangkat bebannya, sehingga menjadi sangat ringan beban *dhuafa* tersebut.

Hal yang dilakukan Saptuari Sugiharto bersama istrinya dalam melakukan mengumpulkan donasi melalui media

sosial yang hasil pengumpulannya kesemuanya disalurkan beberapa panti asuhan, orang yang membutuhkan di sekitarnya, atau desa lain yang membutuhkan. Membesarnya gerakan Sedekah Rombongan menyebabkan donasi yang kemudian disebut sebagai titipan dari langit semakin banyak dan mengalami kewalahan pengelolaannya, maka kemudian dibentuklah tim yang diberi nama "*Kurir Tetap*" Sedekah Rombongan agar proses, pengelolaan, dan penyaluran titipan dari langit tersebut tersalurkan secara rapi dan terencana. Sedekah Rombongan pun terus tumbuh dan berkembang yang ditandai adanya keinginan beberapa pihak untuk turut bergabung dan berkontribusi yang menyebabkan kurir tetap membentuk tim kedua yang diberi nama tim bayangan. Secara organisasional keberadaan kurir bayangan dikoordinir oleh kurir tetap secara langsung, sehingga segala hal dilakukan secara koordinatif dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial.

Guna memberikan legalitas lembaga, maka Sedekah Rombongan pada tahun 2018 mulai melegalkan lembaga menjadi organisasi sosial kemanusiaan yang berada di bawah naungan Yayasan Gerakan Sedekah Rombongan sebagaimana terdaftar di Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan nomor yayasan AHU 0009592.AH.01.12. Tahun 2018. Pada tahap ini Sedekah Rombongan melakukan perubahan visi yakni: organisasi sosial terpercaya di Indonesia yang

selalu bergerak membantu sesama dalam segala kondisi. Sementara misi Sedekah Rombongan yakni: (1) mengajak masyarakat di Indonesia untuk bersama-sama merutinkan sedekah dengan mengedukasi tentang Gerakan Sedekah Rombongan, (2) menyampaikan dana sedekah tepat sasaran kepada dhuafa yang membutuhkan, mendampingi yang sakit tanpa prosedut yang rumit dan, (3) melaporkan semua santunan yang sudah diberikan dengan rapi dan akuntabel untuk menjaga kepercayaan masyarakat.

Perubahan visi dan misi menurut Syafruddin Prawiranegara selaku koordinator nasional kurir (Kornas) Sedekah Rombongan dilakukan agar memberikan dampak yang lebih sistemik dan terukur dalam jangka panjang, tanpa menghilangkan esensi dari visi sebelumnya, selain itu Sedekah Rombongan dapat memperluas basis organisasinya dengan membuka kurir perwakilan di beberapa kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Makasar, Malang, Surabaya, Purwokerto, Bandung, dan lainnya. Implikasi adanya perwakilan kurir di beberapa daerah tersebut menyebabkan gerakan Sedekah Rombongan menjadi lebih masif dengan menjangkau pada donatur menjadi lebih luas dan membantu masyarakat yang membutuhkan.

Guna meningkatkan aspek layanan, pengembangan program, dan pelaporan, maka Sedekah Rombongan menurut Syafruddin Prawiranegara sedang melakukan perubahan pada tampilan *website* untuk memberikan kemudahan kepada donator untuk melakukan donasi

dengan program yang lebih spesifik dan terarah. Bentuk tampilan *website* tersebut direncanakan diubah menjadi tampilan *website crowdfunding*, sehingga masyarakat dapat memilih bentuk donasi yang sesuai keinginan dan kebutuhan donatur dalam bentuk pendampingan pasien, *ambulance*, rumah singgah, dan kebencanaan.

Sedekah Rombongan memandang keberadaan media sosial memiliki peranan yang sangat penting dalam praktik filantropi berbasis media sosial di Indonesia, hal tersebut dikarenakan adanya berbagai *platform* yang dapat dipilih dan digunakan masyarakat pengguna media sosial, khususnya anak muda untuk dapat mengungkapkan gagasan, ide, dan pengalamannya yang dapat menginspirasi kebaikan kepada orang lain, maka bentuk mengoptimalkan penggunaan media sosial tersebut Sedekah Rombongan memaksimalkan berbagai *platform* popular seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dan TikTok.

Menurut Saptuari Sugiharto sebagai pendiri Sedekah Rombongan gerakan filantropi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan dalam memaksimalkan media sosial tersebut merupakan upaya dalam mendorong kesadaran berderma masyarakat secara daring, dimana awalnya dilakukan dengan memaksimalkan *Twitter* dan *website* Sedekah Rombongan dan ternyata mendapatkan respon positif oleh berbagai kalangan khusus para pengguna media sosial, apalagi Sedekah Rombongan lahir di Jogja sebagai kota pelajar dan memiliki potensi pengguna sosial yang

cukup banyak, sehingga gerakan Sedekah Rombongan sebagai komunitas filantropi Islam berbasis media sosial telah menjadi pioner dengan hadirnya gerakan serupa seperti Laskar Sedekah, Makelar Sedekah, dan gerakan sedekah lainnya.

Adanya pengumpulan donasi secara rombongan secara daring oleh Sedekah Rombongan menyebabkan para donatur menurut Saptuari Sugiharto berasal dari mereka yang sudah bekerja (karyawan), mahasiswa, pelajar, guru, dosen, pengusaha, dan berbagai profesi lainnya dengan menyimpan nomor rekening Sedekah Rombongan yang telah disebar melalui beragam media sosial, sehingga menyebabkan para donatur tersebut rajin bersedekah setiap bulannya, bahkan juga terdapat para donatur yang berasal dari luar negeri. Beragamnya asal dan profesi para donatur ini menandakan bahwa pengelolaan donasi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Kemampuan Sedekah Rombongan dalam mendorong praktik donasi secara daring telah memberikan gambaran bahwa media sosial mampu menjadi wadah baru dalam praktik *fundraising* filantropi Islam, sehingga keberadaan media sosial selain sebagai media interaksi dan promosi, tetapi wadah untuk saling membangun solidaritas sosial dalam bentuk donasi guna membantu pihak yang membutuhkan, oleh sebab itu program yang di desain harus mampu menyentuh keinginan dan kebutuhan mendasarkan

para donatur dengan berbagai fasilitas cara berdonasi yang barangkali belum mampu dimanfaatkan secara baik oleh organisasi filantropi konvensional. Kemampun Sedekah Rombongan dalam melakukan praktik filantropi Islam berbasis media sosial menandakan bahwa organisasi telah mampu membaca dan menangkap terjadinya pergeseran bentuk berdonasi (bersedekah) yang awalnya donasi dilakukan secara luring dengan menyalurkan secara langsung dan jaringan yang terbatas kepada donasi secara daring dengan jangkauan donasi yang lebih luas.

Gambar 5.1 : tampilan *website* Sedekah Rombongan

Sumber : https://sedekahrombongan.com/

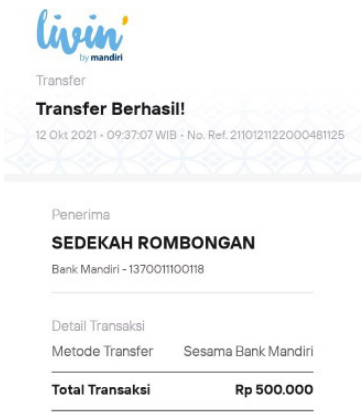
Upaya optimalisasi media sosial yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan tersebut dilakukan dengan pemberian edukasi secara rutin kepada masyarakat berkaitan dengan topik sedekah dan keutamaannya yang bertujuan untuk meningkatkan *awareness* (kepekaan) masyarakat terkait keutamaan sedekah bagi donatur dan penerima manfaat

sedekahnya itu sendiri. Topik tersebut tidak terbatas hanya dalam lingkup sedekah, namun juga diikuti dengan informasi nasihat-nasihat keislaman yang diharapkan mampu menjadi pengingat diri untuk senantiasa berakhlak mulia dengan mencontoh Nabi Muhammad Saw sebagai suri tauladan terbaik umat.

Menurut Syafruddin Prawiranegara edukasi sedekah menimbulkan dua efek sekaligus yaitu: pertama, masyarakat dapat memahami secara mendalam mengenai pentingnya bersedekah sebagai salah praktik ibadah yang memiliki dampak sosial yang membantu pihak membutuhkan, terlebih sedekah tidak hanya terbatas dalam bentuk materi, tetapi dalam bentuk non-materi, oleh sebab itu dalam gerakan Sedekah Rombongan seseorang dapat mensedekahkan hartanya maupun tenaga/kemampuan dengan terlibat sebagai kurir sedekah. Kedua, timbulnya kepercayaan masyarakat untuk melakukan donasi melalui Sedekah Rombongan, sebab kepercayaan para donatur menjadi indikator utama bahwa donasi mampu disalurkan secara utuh dan tanpa potongan operasional apapun kepada pihak (*dhuafa*) yang membutuhkan.

Guna meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk dapat melakukan kegiatan sedekah, maka Sedekah Rombongan bekerjasama dengan tokoh publik yang memiliki peminatan dengan bidang sosial menggunakan media sosial yang dimiliki dengan membantu mengenalkan Sedekah Rombongan beserta programnya agar lebih banyak

masyarakat yang mengetahui gerakan Sedekah Rombongan. Keterlibatan para tokoh publik tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran, edukasi, dan mempengaruhi calon donatur mengenal lebih dekat Sedekah Rombongan yang akhirnya meningkatkan donasi.



Gambar : contoh bukti donasi melalui Sedekah Rombongan

Cara penghimpunan donasi dari para donatur oleh para komunitas filantropi Islam berbasis media sosial menjadi hal yang sangat penting, sebab hal tersebut sangat terkait langsung rencana program, teknis pelaksanaan program, dan eksistensi organisasi dalam menjaga kepercayaan publik (donatur), maka hal yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan adalah membuat bentuk sedekah dalam program donasi rombongan tertentu dalam artian program pengumpulan dananya tetap berbasis sedekah hanya dengan dilakukan secara berombongan dengan

menyediakan rekening donasi.

Donasi yang disalurkan oleh para donatur langsung terkumpul dalam rekening Sedekah Rombongan dan bukan atas nama para kurir, sehingga dipastikan minimnya terjadinya donasi tidak tersalurkan secara baik, selain itu jumlah donasi sedekah yang dikumpulkan oleh Sedekah Rombongan secara berkala laporannya disampaikan melalui *website* dan media sosial di samping laporan kegiatan penyaluarannya. Hal ini dilakukan agar segala program yang dilakukan terlaporkan secara jelas dan transparan bentuk pengumpulan dan pemanfaatannya dikarenakan keberadaan gerakan Sedekah Rombongan hanya sebagai perantara kebaikan terhadap semua orang.

Berkaitan dengan bentuk penyaluran donasi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan secara umum diwujudkan dalam beberapa bentuk program yang telah ditentukan, dimana program tersebut sebagian besar dalam bentuk karitas atau bantuan langsung kepada kaum *dhuafa* dikarenakan Sedekah Rombongan memliki komitmen untuk menyalurkan seluruh dana (100%) yang dikumpulkan kepada kaum *dhuafa* tanpa dipungut biaya operasional dalam wujud pendampingan pasien, rumah singgah gratis, ambulans gratis, dan santunan pengobatan bagi pasien.

Salah satu bentuk penyaluran donasi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan sebagaimana dimuat di *website*

resmi Sedekah Rombongan dari pertama hingga tahun 2015 saja (rombongan ke-796) telah mencapai sebanyak Rp. 31.911.558.360. Dari dana yang salurkan tersebut sudah termasuk diantaranya Rumah Singgah Sedekah Rombongan (RSSR) yang telah tersebar di 10 kota di Indonesia, Mobil Tanggap Sedekah Rombongan/Motor Tempur Sedekah Rombongan (MTSR) kendaraan yang dipakai oleh para kurir untuk melakukan survei, menjemput dan mengantarkan pada kaum *dhuafa* yang jumlah kini telah puluhan buah yang tersebar di beberapa kota di Indonesia. Penghimpunan dan penyaluaran donasi pun terus bertambah bersamaan dengan status Sedekah Rombongan yang awalnya bersifat komunitas kemudian berubah menjadi Yayasan Gerakan Sedekah Rombongan.

Dalam aspek yang lain upaya penguatan jaringan kelembagaan terus ditingkatkan oleh Sedekah Rombongan dengan menambah jumlah kurir di seluruh kota besar di Indonesia yang disesuaikan dengan kultur, budaya, dan kebutuhan gerakan berdonasi di masing-masing daerah tersebut, sementara untuk meningkatkan koordinasi para kurir saling berinteraksi melalui grup *WhatsApp* Sedekah Rombongan dan beberapa kali kegiatan bersama untuk meningkatkan solidaritas kurir yang waktunya terkadang masih bersifat tentatif sesuai dengan waktu yang telah disepakati oleh para kurir.

Sedekah Rombongan sebagai gerakan yang memfokuskan sebagian besar dananya kepentingan karitas

dikarenakan kebutuhan mendesak para kaum *dhuafa*, tetap mengalokasikan dan melaksanakan program yang bersifat pemberdayaan yang memiliki dampak jangka panjang. Menurut Syafruddin Prawiranegara selaku Kornas Sedekah Rombongan program pemberdayaan masyarakat dengan membantu pasien *dhuafa* berupa pendampingan, santunan berobat, rumah singgah, dan ambulans gratis untuk membantu *dhuafa* yang sakit untuk dibawa berobat ke rumah sakit. Penyediaan program pemberdayaan masyarakat sekalipun secara penuh belum memenuhi kriteria ideal pemberdayaan dilakukan agar memberikan alternatif program kepada *dhuafa* pasca mendapatkan bantuan secara langsung.

Salah satu program Sedekah Rombongan yang berbasis pemberdayaan masyarakat adalah adanya Rumah Singgah di Kabupaten Banyumas yang memfasilitasi para pasien yang mendapatkan rujukan berobat ke rumah sakit di daerag Purwokerto seperti RS. Margono, RSU Banyumas, RSU. Siaga Medika, dan lainnya. Keberadaan Rumah Singgah tersebut sangat membantu para pasien dan keluarganya untuk beristirahat sembari menunggu jadwal kontrol ke rumah sakit dimana sebagian besar berasal Banjarnegara, Kebumen, Brebes, Cilacap, dan daerah lainnya yang membutuhkan jarak yang cukup jauh. Rumah Singgah yang telah beroperasi sejak tahun 2014 tersebut mampu menyediakan fasilitas tempat istirahat, ambulans, sembako, dan para pendamping (kurir) yang sedia melayani

setiap waktu dengan memberikan dukungan moril dalam bentuk pengajian yang dapat diikuti oleh para penghuni Rumah Singgah.

Program Rumah Singgah Sedekah Rombongan selain di Kabupaten Banyumas telah terserbar di kota besar di Indonesia diantaranya Jogja, Solo, Semarang, Malang, Jember, Makassar, Bandung, dan Sorong Papua. Keberadaan Rumah Singgah yang memfokuskan terhadap pendampingan pelayanan kesehatan, namun juga diarahkan kepada pendampingan ekonomi. Salah satu program yang dilakukan dengan melakukan integrasi program dengan lembaga filantropi Islam lainnya seperti Dompet Dhuafa. Menurut Syafruddin Prawiranegara bentuk integrasi program tersebut dilakukan setelah pasien dinyatakan sembuh dari sakit yang dideritanya dan telah siap untuk bekerja kembali. Bentuk program tersebut dilakukan dengan pendampingan keterampilan menjahit dan berdagang yang harapannya dapat menjadi sumber penghapatan baru penghuni Rumah Singgah pasca sakit yang tidak menutup kemungkinan kehilangan pekerjaan dan harta bendanya selama proses penyembuhan.

Indikator keberhasilan Sedekah Rombongan dalam mengoptimalkan media sosial dalam donasi filantropi berupa kepedulian, simpati, dan empati masyarakat atas informasi dari media sosial Sedekah Rombongan dalam bentuk edukasi dan *campaign* program yang bermuara pada donasi maupun keterlibatan sebagai kurir. Indikator

keberhasilan tersebut sejalan dengan filosofi awal Sedekah Rombongan yakni "*menyampaikan titipan langit, tanpa rumit, sulit dan berbelit-belit*". Maka, penetapan indikator keberhasilan dengan adanya donasi masyarakat kepada Sedekah Rombongan memberikan dampak kepercayaan bagi para donatur bahwa donasi telah diterima dan disalurkan sesuai dengan ekspektasi para donatur, oleh sebab itu Sedekah Rombongan secara periodik memberikan laporan hasil perolehan dan penyaluran dana yang dapat diakses kapan saja di laman *website* Sedekah Rombongan.

Berkaitan dengan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan menurut Saptuari Sugiharto dilakukan secara sederhana dan rutin melalui kurir tetap, sebab keberadaan kurir tetap merupakan kurir inti yang dapat menentukan berbagai kebijakan di Sedekah Rombongan, sekalipun belum memiliki kantor tetap, oleh sebab itu dalam beberapa kesempatan untuk kegiatan Sedekah Rombongan terkadang menggunakan kantor Saptuari Sugiharto sendiri atau bahkan di warung sambil makan sebagai posko sementara dan berdiskusi. Menurut Saptuari Sugiharto keberadaan Sedekah rombongan tetap dibiarkan menjadi sedekah jalanan, kantornya di jalanan (media sosial), jadi dana bergerak dengan cepat sekali karena 100% sedekah langsung disalurkan atau tidak ada dana yang mengendap terlalu lama dikarenakan tidak ada potongan untuk dana operasional, bahkan kurir harus menanggung sendiri makan dan bensin kendaraannya.

Semangat menjadikan mendonasikan donasi yang telah dikumpulkan secara penuh tersebut kepada para *dhuafa* tetap terus dilakukan oleh Sedekah Rombongan sekalipun kini telah berbadan hukum yayasan, sekalipun dalam beberapa aspek tetap dilakukan penyesuaian agar tetap sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku, dimana salah satunya dengan adanya rencana desain tampilan *website* yang lebih responsif dan mengarah pada bentuk tampilan *platform crowdfunding*, sehingga berimplikasi terhadap variasi bentuk kampanye dan program yang semakin lebih tepat sasaran, terukur, dan memberikan banyak manfaat kepada banyak orang membutuhkan yakni para *dhuafa*.

Cara yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas lembaga terhadap para donatur dengan selalu terdapat *update* kegiatan, program, dan laporan yang dibagikan melalui *website* dan seluruh media sosial Sedekah Rombongan yang dilakukan secara berkala. Dalam aspek yang lain hal yang dilakukan menyematkan jumlah nominal pada amplop yang diberikan kepada dhuafa dengan maksud bahwa donasi telah disampaikan sesuai dengan jumlah dan peruntukannya. Selutuh akvitas tersebut kemudian dibagian melalui *website*, media sosial, dan Majalah Tembus Langit yang diterbitkan oleh Sedekah Rombongan.

B. Sedekah Begerak

Sedekah Bergerak (SB) dirikan oleh Abah Ali Syahrudin sebagai bentuk keprihatinan terhadap keadaan sosial dan kaum *dhuafa* khususnya daerah Kabupaten Cilacap. Sedekah Bergerak (SB) yang bergerak di bidang kemanusiaan berdiri pada tanggal 7 Januari 2015 secara kelembagaan bernama Yayasan Sedekah Bergerak yang berada di bawah Pondok Pesantren Metal Tobat Kalijogo Gandrungmangun Bulusari RT/RW 06/06 Gandrungmango Kabupaten Cilacap.

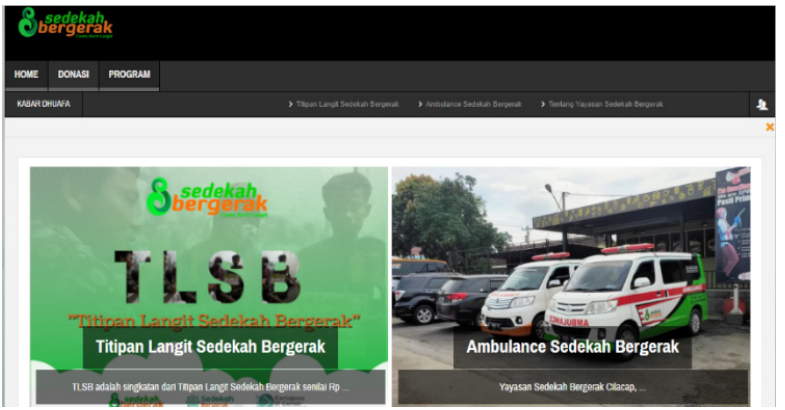
Program yang dilaksanakan oleh Sedekah Bergerak (SB) berupa layanan ambulan gratis, bantuan sosial, bantuan hari raya, santunan bagi yatim piatu, dan lainnya. Dalam meningkat gerakan berdonasi Sedekah Bergerak (SB) membuat program Titipan Langit Sedekah Bergerak (TLSB) dengan berdonasi sebesar Rp. 500.000 untuk digunakan sebagai bantuan kepada kaum dhuafa atau kurang mampu. Sementara aktivisme secara kelembagaan Sedekah Bergerak (SB) membentuk kurir di berbagai titik di Kecamatan di Kabupaten Cilacap yang diberi nama "*Kurir Langit Sedekah Bergerak*" dan kini telah memiliki kantor cabang di Hongkong.

Sedekah Bergerak (SB) sebagai organisasi sosial dan kemanusiaan dalam operasinya tidak berafiliasi dengan organisasi manapun termasuk tidak terlibat dalam partai politik, oleh sebab itu Sedekah Bergerak (SB) secara kelembagaan berbentuk yayasan yang mampu melakukan

edukasi dan mendorong kepada masyarakat untuk saling peduli melalui donasi yang mampu membantu kehidupan kaum *dhuafa*. Dengan menggunakan *tagline* "*Terus Bergerak, Terus Bermanfaat*" Sedekah Begerak ingin mendorong optimalisasi filantropi Islam dalam bentuk kegiatan edukatif dan memberdayakan melalui program langsung kepada kaum *dhuafa*, sehingga mampu mendekatkan diri dengan kehidupan para kaum *dhuafa* dan mencari solusi secara bersama-sama dengan terlibat aktif dalam kegiatan dan program yang diselenggarakan oleh Sedekah Bergerak.

Pola gerakan yang dilakukan oleh Sedekah Bergerak dengan Sedekah Rombongan hampir memiliki persamaan, tidak hanya nama, penamaan pegiat (sama-sama disebut kurir), dan programnya, namun terlepas dari hal tersebut sebagai lembaga yang sama-sama mengoptimalkan media sosial sebagai gerakan pengumpulan donasi, Sedekah Bergerak patut diapresiasi dikarenakan bentuk gerakan kemanusiaan yang dilakukannya mampu menyentuh persoalan mendasar yang dialami masyarakat khususnya di daerah pedesaan, seperti kemiskinan, minimnya akses pendidikan, dan berbagai persoalan mendasar lainnya. Penggunaan media sosial dalam mendukung gerakan Sedekah Bergerak menurut Abah Ali Syahrudin selaku pendiri, memiliki peranan penting dalam proses gerakan kemanusiaan yang menjadi spirit Sedekah Bergerak. *Platform* media sosial yang digunakan diantaranya adalah Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, dan *website*

Sedekah Bergerak. Pemilihan *platform* media sosial tersebut dikarenakan sangat dinamis dan akrab dengan kehidupan anak muda.



Gambar 5.3 : tampilan *website* Sedekah Bergerak

Sumber : https://sedekahbergerak.com/

Penggalaman dana oleh Sedekah Bergerak dengan menyediakan informasi tentang program dan tata cara berdonasi di laman *website* dan seluruh media sosial Sedekah Bergerak, sehingga para donatur dapat memilih program dan langsung donasi melalui rekening yang telah tersedia, namun adapula yang melakukan donasi dengan datang ke kantor Sedekah Bergerak maupun memberikan donasi langsung kepada kaum *dhuafa* apabila Sedekah Bergerak sedang melaksanakan acara penyaluran donasi. Fleksibelitas cara berdonasi yang dilakukan oleh Sedekah Bergerak memberikan gambaran bahwa lembaga filantropi berbasis media sosial ini merupakan lembaga yang inklusif dan terbuka untuk semua kalangan. Menurut Abah

Ali Syahruddin keberadaan Sedekah Bergerak sebagai organisasi indipenden diharapkan mampu menjadi salah satu tenda kepedulian kemanusian yang ingin berdonasi maupun ingin terlibat yang diselenggarakan oleh Sedekah Bergerak.

livin' by mandiri

Transfer

Transfer Berhasil!

22 Okt 2021 - 08:20:29 WIB - No. Ref. 211022112100097349 7

Penerima

YAYASAN SEDEKAH BERG

Bank Rakyat Indonesia - 667301017164535

Detail Transaksi

Nominal Transfer	**Rp 400.000**
Metode Transfer	Online
Biaya Transaksi	**Rp 6.500**
Total Transaksi	**Rp 406.500**

Gambar : Contoh bukti donasi melalui Sedekah Bergerak

Keberhasilan Sedekah Bergerak dalam mengumpulkan dan menyalurkan donasi yang telah dikumpulkan sejak 5 Januari 2015 sampai dengan akhir tahun 2021 telah berhasil mendistribusikan santunan kepada 4.103 anak yatim, 560 orang santunan kepada kaum dhuafa, 879 orang program Titipan Langit Sedekah Bergerak (TLSB), 12.400 Sapu Lapar Jalanan (SLJ), 4.063 orang untuk ambulans gratis, dan 2,9 miliar dalam bentuk santunan berupa uang kepada kaum dhuafa. Penyaluaran donasi yang dilakukan oleh Sedekah Bergerak tetap memperhatikan skala prioritas yang dibutuhkan oleh para kaum dhuafa, misalnya dalam program SLJ dalam bentuk pembagian nasi bungkus gratis,

namun apabila dalam asesmen awal sebelum kegiatan terdapat kebutuhan mendesak untuk kaum dhuafa yang perlu diprioritaskan, maka program SLJ dialihkan kepada program mendesak tersebut.

Para kurir yang terlibat dalam Sedekah Bergerak berasal dari beragam profesi sebagaimana asal para donatur yang terlibat, hal ini membuktikan independensi dan inklusifitas Sedekah Bergerak menyebabkan diterima oleh berbagai kalangan, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk dapat terlibat dalam berbagai program yang disediakan, salah satu upaya yang dilakukan dengan mendorong para donatur untuk dapat hadir langsung ke lokasi kegiatan yang mampu memberikan gambaran kepada donatur dan kurir untuk dapat merasakan apa yang dirasakan langsung oleh para kaum *dhuafa*.

Berkaitan dengan program pemberdayaan masyarakat, Sedekah Bergerak yakni menyediakan bantuan permodalan (pinjaman) kepada kaum *dhuafa* yang memiliki keahlian dalam menjalankan usaha, namun adanya keterbatasan modal dan persoalan lain yang menjerat usaha seperti adanya pinjaman yang melebihi batas modal usaha yang mampu menyebabkan usaha tidak berjalan dan berkembang sama sekali. Pinjaman untuk modal usaha tersebut diberi nama program Hantam Balik Riba, dimana pinjaman modal tersebut sama sekali tidak dikenakan biaya atau bunga (sebutan dalam bank konvensional), namun bila terdapat kelebihan rejeki atas usaha yang dijalankan dianjurkan

untuk menyisakan sebagian untuk kegiatan sedekah.

Program Hantam Balik Riba didesain oleh Laskar Sedekah untuk menjembatani para pedagang kecil (kaum *dhuafa*) untuk dapat terhindar dari jeratan pinjaman rentenir dengan adanya bunga pinjaman yang tidak masuk akal, sehingga mampu menggerogoti pendapatan (hasil) usaha pedagang kecil (usaha kaum *dhuafa*) dikarenakan ketidakmampuan membayar pokok pinjaman dan bunga pinjaman yang biasanya akumulatif apabila terjadi keterlambatan maupun gagal bayar, oleh sebab itu pinjaman tanpa bunga memberikan dampak pengembangan usaha dan modal yang pada akhirnya menjadi berdaya.

Beberapa kelompok usaha binaan yang mendapatkan Program Hantam Balik Riba telah terbebas pinjamannya dan mampu meningkatkan usaha, sementara pinjaman yang telah dikembalikan tersebut dipinjamkan kembali, sehingga menjadi pinjaman bergulir dan mampu dimanfaatkan oleh kelompok usaha yang membutuhkan. Upaya ini sekaligus memberikan edukasi kepada kaum *dhuafa* bahwa mereka dapat mengembangkan usaha sekaligus bersedekah sesuai dengan kemampuannya, sehingga apabila telah berdaya dapat menjadi donatur baru untuk membantu para kaum *dhuafa* lain yang membutuhkan.

Indikator keberhasilan donasi Sedekah Bergerak yakni semakin banyak donatur yang mempercayakan donasinya kepada Sedekah Bergerak, baik dari dalam

maupun luar negeri. Donatur yang berasal dari luar negeri umumnya para WNI yang merantau keluar negeri seperti Taiwan, Hongkong, Arab Saudi, dan lainnya. Menurut Abah Ali Syahrudin para donatur dari luar negeri tersebut mempercayakan kepada Sedekah Rombongan dikarenakan transparansi dalam aspek penghimpunan dan penyaluran donasinya serta dapat dipantau secara periodik oleh para donatur tersebut. Sementara para donatur dari dalam negeri berasal dari berbagai profesi dan daerah yang memiliki kesamaan visi dengan Sedekah Bergerak, bentuk donasi yang dilakukan dapat berupa materi maupun non-materi sesuai dengan kemampuan dari para donatur.

Hal yang selalu diperhatikan dalam program Sedekah Bergerak yakni bagaimana membangun kepercayaan kepada donatur dengan memberikan informasi dan laporan secara transparan terhadap kegiatan yang akan dan telah dilaksanakan, apalagi kepercayaan donatur kepada Sedekah Begerak secara tidak langsung akan meningkatkan kepedulian untuk saling membantu pihak (kuam *dhuafa*) yang membutuhkan bantuan sesuai kapasitas dan kemampuan yang mampu meningkatkan kepekaan dan menguatkan naluri kemanusiaan.

Bentuk evaluasi program penghimpunan donasi Sedekah Bergerak dilakukan secara periodik dalam bentuk *sharing* bersama para kurir, sehingga dapat ditemukan berbagai peluang dan tantangan yang dapat meningkatkan manfaat gerakan kemanusiaan yang dilakukan Sedekah

Bergerak. Evaluasi program ini meliputi bentuk kampanye, donasi, penyaluran donasi, dan ketepatan sasaran. Berkaitan dengan donasi Sedekah Bergerak dari aspek pengumpulan dana yakni telah memiliki rekening sendiri (Yayasan Sedekah Begerak) dan tidak atas nama pribadi guna menghindari asumsi kurang baik dari para donatur, sementara aspek penyalurannya dilaporkan dan dibagikan melalui *website* dan media sosial Sedekah Bergerak.

C. Laskar Sedekah (LS)

Berdirinya Laskar Sedekah tidak dapat terpisahkan dari seorang Ma'ruf Fahruddin bersama kesembilan temannya yang melakukan kegiatan donasi dalam membantu tetangga mereka yang sedang sakit yang bernama Nugi Cahya seorang penderita bibir sumbing. Aksi donasi tersebut dilakukan yakni dengan mengunggah foto galangan donasi kepada Nugi Cahya melalui media sosial. Ma'ruf Fahruddin bersama teman-temannya berpandangan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai media untuk menebar kebaikan, salah satunya dengan penggalangan donasi untuk membantu mereka yang membutuhkan.

Upaya tersebut ternyata mendapatkan respon yang sangat oleh para pengguna media sosial, sehingga terkumpul donasi sebesar 4 juta rupiah. Donasi yang terkumpul tersebut sampaikan langsung kepada keluarga Nugi Cahya guna membantu proses penyembuhan penyakit yang diderita. Berawal dari kegiatan yang dilaksanakan pada

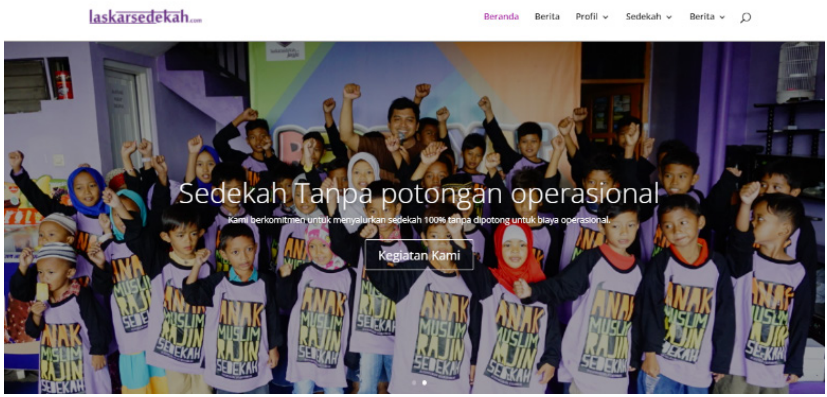
tanggal 30 Maret 2012 tersebut, maka Ma'ruf Fahruddin bersama dengan teman-temannya menyepakati berdirinya Laskar Sedekah sekaligus tanggal penggalangan donasi tersebut disebut sebagai hari berdirinya Laskar Sedekah.

Laskar Sedekah sebagai gerakan sedekah yang mengandalkan media sosial dalam melakukan proses pengumpulan donasi dalam bentuk sedekah secara inovatif dan kreatif dilakukan menyediakan konten-konten mengenai pentingnya bersedekah yang dapat dilakukan secara kolektif dalam bentuk gerakan, oleh sebab itu relawannya dinamakan Pasukan Laskar Sedekah dengan mencari ridha Allah tanpa imbalan materi. Laskar Sedekah berpusat di Yogyakarta dengan Pasukan yang telah tersebar di 11 kota di seluruh Indonesia seperti Jakarta, Bekasi, Samarinda, Tangerang, Surakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Makassar, Banjarmasin, Semarang, Bogor, Probolinggo, Padang, Malang, dan lainnya.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, Laskar Sedekah menyusun visi dan misi agar gerakan sedekah dapat memliki tujuan terencana dan terukur. Adapun visi Laskar Sedekah sebagai gerakan sosial independen yang peduli dan cinta kepada mereka yang membutuhkan, sedangkan misi yakni mengabdi untuk masyarakat dalam berbagai kegiatan dan misi sosial dengan menyalurkan sedekah secara cepat, tepat, mudah, profesional dan bertanggung jawab. Laskar sedekah membantu anak yatim, piatu, dhuafa, orang sakit dan berkebutuhan khusus, pelajar

yang tidak mampu, janda dan duda yang tidak mampu.

Laskar Sedekah dalam mengoptimalkan media sosial



Gambar : tampilan *website* Laskar Sedekah

Sumber : https://www.laskarsedekah.com/

Upaya meningkatkan kesadaran berderma (berfilantropi) melalui media sosial menurut Buyung Muhammad selaku Bendahara Laskar Sedekah yakni menjadikan media sosial untuk mengedukasi masyarakat pengguna media sosial (*nitizen*) sebagai hal yang paling utama. Hal terserbut setidaknya dilatar belakangi jumlah pengguna media sosial di Indonesia yang sangat banyak, seperti menggunakan Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, WhatsApp, dan lainnya dimana jumlah penggunanya terus bertambah setiap tahunnya. Peluang inilah yang ditangkap oleh Laskar Sedekah sebagai ruang baru untuk melakukan edukasi pentingnya bersedekah dan mengumpulkan donasi secara cepat, mudah, dan dapat dilakukan kapan dan dimana saja.

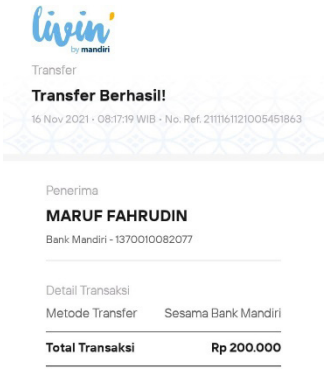
Guna memberikan layanan secara maksimal terhadap calon dan para donatur Laskar Sedekah edukasi mengenai ajakan kebaikan melalui donasi (bersedekah) seberapa pun besaran nominal donasi yang ditunaikan akan tetap bermanfaat bagi kaum *dhuafa*, dikarenakan penyaluran sedekah dilakukan secara kolektif melalui program yang telah didesain dan ditetapkan oleh Laskar Sedekah. Salah satu bentuk edukasi pentingnya bersedekah dilakukan memberikan kutipan-kutipan (*quotes*) keutamaan dan manfaat sedekah yang harapannya dapat mampu meningkatkan semangat dan kesadaran bersedekah para pengguna media sosial, apalagi perkembangan teknologi dengan adanya berbagai alat pembayaran menyebabkan cara bersedekah dapat menjadi sangat mudah dan dapat dilakukan dimana saja.

Gerakan Laskar Sedekah dalam mengoptimalkan media sosial sebagai salah satu wadah mendorong kesadaran masyarakat yakni dilakukan dengan mengelola konten media sosial melalui *postingan* secara rapi dan terencana agar kepercayaan masyarakat kepada Laskar Sedekah terus terjaga, namun di sisi lain penggunaan media sosial yang rapi tersebut harus diimbangi dengan tindakan (*action)* 'kuat' di lapangan dalam konteks penyaluran dana donasi yang telah terkumpul, sehingga hal tersebut harus seimbang berita yang disampaikan dengan yang dilakukan di lapangan serta tidak pernah mengada-ada.

Pelayanan penerimaan donasi yang dilakukan oleh

Laskar Sedekah menurut Buyung Muhammad tidak hanya menerima donasi secara daring, melainkan dapat dilakukan secara luring dengan datang langsung ke *basecamp* Laskar Sedekah, apalagi selama ini dalam konteks penggalangan donasi juga dipengaruhi oleh *power of mouth* (mulut ke mulut), dimana seorang donatur menuturkan kegiatan donasi sedekahnya melalui Laskar Sedekah, kemudian menyampaikan kepada pihak lain (calon donatur) agar dapat bersedekah melalui Laskar Sedekah. Upaya ini menjadi salah indikator program yang senantiasa menjadi pertimbangan oleh Laskar Sedekah, dikarenakan gerakan sedekah yang dilakukan mampu menimbulkan kesan yang baik bagi para donatur yang berimplikasi terhadap berbagai aspek pelayanan, baik penghimpunan dan penyalurannya.

Donatur Laskar Sedekah berasal dari beragam macam profesi, mulai dari wirausahawan, ASN, pegawai swasta, mahasiswa, pelajar, dan lainnya. Selain itu, juga terdapat donatur yang khusus yang menjadi sponsor operasional Laskar Sedekah yang berasal dari kalangan pengusaha yang memiliki komitmen mendukung gerakan dan program Laskar Sedekah, umumnya donatur khusus bersifat kemitraan dengan menyediakan sebagian hasil usahanya untuk disumbangkan dan menjadi *sponsoship* kegiatan yang diselenggarakan.



Gambar : contoh bukti donasi melalui Laskar Sedekah

Penyaluran danasi Laskar Sedekah sebagian besar diprioritaskan dalam bentuk karitas atau bantuan langsung kepada kaum *dhuafa,* misalnya tebar nasi bungkus, antar jemput pasien ke rumah sakit, eksekusi sedekah dengan menyampaikan uang tunai kepada target sedekah, menyampaikan amanat akad sedekah dalam bentuk paket pendidikan, pembagian sembako, paket mengaji berupa *Iqra'* dan Alquran, dan sebagainya. Alasan prioritas pemilihan program karitas dikarenakan donasi yang telah terkumpul dapat langsung disalurkan dan dirasakan manfaatnya oleh kaum *dhuafa* sekalipun hal tersebut bersifat jangka pendek.

Proses penyaluran dana yang dilakukan oleh Laskar Sedekah melalui beberapa proses untuk memastikan penyaluran donasi tepat sasaran yakni para kaum *dhuafa* membutuhkan. Menurut Buyung Muhammad proses tersebut, dimulai dengan adanya survei data *dhaufa* yang

akan disantuni, menganalisis kebutuhan mendasar *dhuafa*, melakukan koordinasi tim, penentuan bentuk skema bantuna, dan pemberian bantuan kepada *dhuafa*. Alasan adanya proses ini bukan bermaksud hendak mempersulit penyaluran sedekah (donasi), tetapi agar penyaluran donasi tepat sasaran, dapat dipantau keberhasilan programnya, dan dapat menjadi bahan evaluasi Laskar Sedekah untuk penyaluran donasi berikutnya.

Berkaitan dengan pelayanan kesehatan Laskar Sedekah saat ini telah memiliki sembilan mobil *ambulance* dan dua mobil sosial yang digunakan untuk layanan antar jemput pasien *dhuafa* ke rumah sakit secara gratis maupun digunakan untuk menyampaikan amanah sedekah yang telah dititipkan oleh donatur. Adanya mobil layanan kesehatan ini dalam konteks pelayanan yang lebih luas secara tidak langsung telah mampu menjadi ruang pemberdayaan dalam aspek melayani para pasien dan *dhuafa* yang membutuhkan transportasi antar jemput untuk berobat ke rumah sakit. Hal ini sejalan dengan dengan semangat Laskar Sedekah yakni menyampaikan amanah dengan cepat, tepat, bertanggung jawab, dan tanpa ada pengurangan sedikitpun.

Gerakan sedekah yang dilakukan oleh Laskar Sedekah yang paling popular paling tidak terbagi atas tiga bagian yaitu: pertama, tebar nasi bungkus, program ini salurkan dengan pembagian nasi bungkus kepada tukang becak, pedagang kaki lima, dan sebagainya. Selain itu, kegiatan

tebar nasi bungkus ini juga disalurkan kepada tempat ibadah sebagai hidangan berpuka puasa, panti asuhan, dan makan para *musafir* usai salat jumat. Kedua, layanan *ambulance* gratis sebagai program untuk melakukan pelayanan antar jemput pasien sakit, kecelakaan, dan kegiatan sosial. Ketiga, eksekusi sedekah, program ini merupakan pembagian donasi secara langsung dalam bentuk uang tunai kepada dhuafa yang membutuhkan, seperti anak yatim, sakit, biaya pendidikan, dan bantuan untuk meningkatkan usaha kaum dhuafa.

Program pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara khusus mulai dari tahap perencanaan sampai dengan tindaklanjut belum dilakukan oleh Laskar Sedekah, hal tersebut dikarenakan orientasi gerakannya yang lebih memfokuskan pada program karitas. Namun, pola pemberdayaan masyarakat sebenarnya telah dilakukan oleh Laskar Sedekah seperti pemberian donasi kepada *dhuafa* untuk membantu meningkatkan pendapatan dan kapasitas usahanya sebagaimana donasi yang diberikan kepada seorang ibu pedagang keliling jagung dan kacang rebus yang ditinggal wafat suaminya sementara ia harus merawat dan menghidupi putra dan putrinya yang masih sekolah. Maka, dalam konteks pemberdayaan masyarakat, upaya penyaluran bantuan untuk peningkatkakan usaha ibu pedagang keliling tersebut tidak saja hanya diberikan dalam bentuk uang tunai, melainkan dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan keterampilan dan pendampingan

yang lebih komprehensif, sehingga selain meningkat hasil usahanya tetapi juga mampu meningkatkan keterampilan dan keahlian lain yang mampu menjadi sumber pendapatan di luar berjualan.

Semangat gerakan sedekah yang dilakukan oleh Laskar Sedekah yaitu menyalurkan sedekah 100% kepada kaum *dhuafa*, sehingga menyebabkan tidak ada saldo yang mengendap di rekening, meski rekening tersebut saat ini masih atas nama pendiri Laskar Sedekah (Ma'ruf Fahrudin) dikarenakan keberadaan Laskar Sedekah masih bersifat komunitas dan belum bentuk yayasan yang memiliki legalitas formal sebagai yayasan yang bergerak di bidang kemanusiaan. Meskipun demikian, gerakan yang dilakukan oleh Laskar Sedekah patut mendapatkan apresiasi dikarenakan mampu mengorganisir donasi dalam bentuk sedekah ke dalam berbagai kegiatan kreatif dan inovasi dengan memanfaatkan penggunaan media sosial secara masif dan terencana.

Indikator keberhasilan dalam pengelolaan donasi filantropi Islam berbasis media sosial menurut Buyung Muhammad ditandai dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat untuk saling berbagi dan membantu dalam bentuk donasi khususnya uang tunai sekalipun jumlah tidak banyak, namun dapat dilakukan secara rutin dan berkelanjutan. Oleh sebab itu, semangat menggelorakan dan melakukan kebaikan selalu menjadi energi baru Laskar Sedekah agar terus memberikan manfaat kepada

kaum *dhuafa* dan tentunya bersama dukungan para donatur. Sementara berkaitan dengan bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Laskar Sedekah terhadap seluruh program dan kegiatan dilakukan setiap pekan yang merupakan pertemuan para pengurus dan anggota. Dalam kegiatan evaluasi ini sekaligus menjadi ajang silaturrahim antara pengurus dengan anggota (pasukan) Laskar Sedekah.

Cara yang dilakukan oleh Laskar Sedekah dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas komunitas salah satunya dengan melibatkan langsung para donatur dalam kegiatan yang diadakan Laskar Sedekah. Misalnya, saat mengadakan santunan kepada anak yatim piatu mengundang para donatur untuk bisa terlibat dalam kegiatan tersebut. Serta setiap akhir tahun Laskar Sedekah memberi ucapan terima kasih berupa kenang-kenangan sebaga tali kasih kepada donatur karena telah bersedekah di Laskar Sedekah. Terkait bentuk transparansi komunitas dalam mendorong kesadaran berderma masyarakat dilakukan melaporkannya melalui *via website* ataupun media sosial Laskar Sedekah guna membantu dalam proses transparansi komunitas terhadap para donatur, sehingga para donatur dan para pengunjung atau pengguna media sosial sedikit banyak akan mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan Laskar Sedekah.

D. Sedekah Kreatif Edukatif (SKE)

Awal berdirinya komunitas Sedekah kreatif Edukatif (SKE) bermula dari pembuatan sebuah film dokumenter yang berjudul *The Heaven for Children*. Dari pembuatan film inilah muncul sebuah gagasan membentuk sebuah komunitas '*The Heaven for Children Charity*' yang bertujuan menggalang dana dari masyarakat dan membuat kegiatan yang berfokus pada upaya menciptakan surga bagi anak-anak yakni bermain yang edukatif, kemudian pada perkembangannya, komunitas *The Heaven for Children* lebih memfokuskan diri pada program pendidikan anak-anak di pedesaan melalui permainan dikarenakan fasilitas pendukung pendidikan di pedesaan yang sangat terbatas, maka SKE merupakan bentuk kegiaatan dari komunitas *The Heaven for Children* itu sendiri.

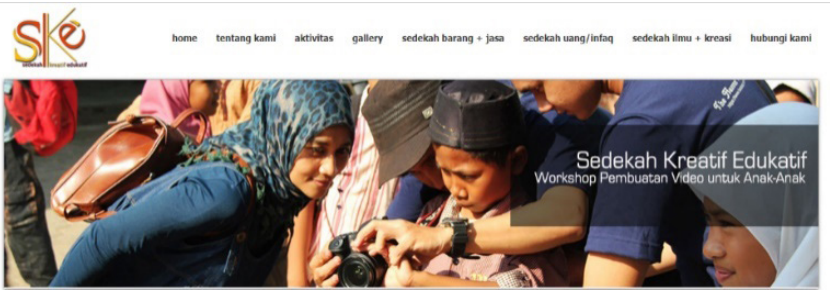
SKE didirikan oleh Khrisna Mulawarman dan beberapa orang rekannya di Yogyakarta. Harapan dari komunitas SKE ini untuk mengajak setiap individu agar bersedia dan berpartisipasi dalam sedekah secara kreatif dan edukatif sesuai dengan kapasitasnya masing-masing, sehingga kegiatan yang dilaksanakan dapat memberikan makna dan manfaat terhadap orang lain, khususnya untuk anak-anak yang berada di pedesaan dan daerah pinggiran yang selama ini kurang mendapatkan akses wawasan yang luas dalam hal pendidikan. Upaya SKE yang mendorong kesadaran berderma masyarakat dilakukan dalam beberapa bentuk program yang cukup kreatif, bentuk program yang

dilaksanakan oleh SKE tersebar dalam bentuk program: sedekah barang dan jasa, sedekah uang atau infak, dan sedekah ilmu dan kreasi.

Menurut Khrisna Mulawarman selaku *founder* SKE, bentuk gerakan yang dilakukan oleh SKE dalam mendorong kesadaran berfilantropi dengan berbasis media sosial dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi berbagai program yang dijalankan oleh SKE. Demam media sosial yang melanda seluruh dunia salah satunya dapat menjadi wadah baru dalam membangun kreavitas donasi, oleh sebab itu SKE memfokuskan kepada pengembangan *website* SKE dan Facebook sebagai *platform* jejaring media sosial yang paling banyak digunakan orang di seluruh dunia, selain kemudahan dalam penggunaannya untuk saling berbagi informasi yang muncul langsung di beranda laman Facebook, sehinggga menyebabkan para penggguna lainnya dapat membagi (*share*), mengomentasi, dan menandai (*tag*) informasi gerakan sedekah dan filantropi yang dilakukan SKE.

Melalui kedua media tersebut dimanfaatkan SKE untuk memberikan informasi kegiatan, menggalangan donasi, dan memberikan laporan kegiatan kepada para donatur dan para pengguna media sosial secara umum, maka berbagai pembaharuan (*update*) informasi selalu dilakukan SKE untuk memberikan informasi dan transparansi mengenai penggalangan donasi, sehingga diharapkan

mampu memancing rasa ingin tahu para pengguna media sosia dan terlibat dalam kegiatan sedekah sekalipun pada awalnya dimulai dari sekadar *like*, *comment*, dan *share*



Gambar 5.7 : tampilan website Sedekah Kreatif Edukatif

Sumber : https://www.laskarsedekah.com/

Terkait dengan bentuk penggalangan donasi SKE cenderung lebih fleksibel. Dimana bentuk pengumpulan donasi tidak harus berupa uang tunai, tetapi juga dalam bentuk sedekah barang, sedekah jasa, dan tenaga, sehingga menyebabkan para donatur dapat memilih bentuk donasi sesuai dengan kemampuan para donatur. Wujud sedekah barang berkaitan dengan paket pendidikan yang mampu dimanfaatkan untuk perlengkapan sekolah dan belajar anak-anak di pedesaan maupun penambahan koleksi buku di Perpustaan, sementara sedekah jasa dan tenaga dapat salah satunya telah berupa *workshop* penyiar dan reporter televisi, pelatihan jurnalistik untuk anak, pelatihan pembuatan film, dan sebagainya.

Sedekah yang mampu dihimpun melalui promosi kegiatan yang dilakukan SKE via *Facebook* dalam prosesnya

setiap kali diadakan rencana kegiatan, SKE selalu memperbaharui informasi di laman *website* maupun di media sosial yang dmiliki. Umumnya informasi tersebut berupa bentuk kegiatan, lokasi kegiatan, dan kebutuhan untuk mendukung kegiatan, maka dengan demikian untuk para calon donatur yakni para pengguna media sosial secara langsung dapat mengetahui kebutuhan kaum *dhuafa*, sehingga mampu berdonasi sesuai dengan kemampuan dan keikhlasan para donatur.

Para donatur yang mendukung kegiatan dan program SKE sebagian besar berasal dari *member* yang ada di *fanpage* Facebook SKE, namun terdapat pula donatur yang berasal dari masyarakat umum, perusahaan, institusi swasta yang pegawai atau karyawannya setuju dengan semangat kegiatan bersedekah melalui kegiatan dan program yang telah disediakan oleh SKE, oleh sebab itu dalam berbagai kegiatan SKE selalu mendapatkan dukungan dari berbagai donatur. Penyampaian donasi dari para donatur tersebut bila dalam bentuk uang tunai dikirimkan melalui nomor rekening SKE yang saat ini masih atas nama *founder* SKE yakni Khrisna Mulawarma, meskipun demikian transparansi tetap dijunjung tinggi oleh SKE dengan memberikan laporan keuangan penyaluran donasi kepada para donatur melalui *website* dan media sosialnya.

Penyaluran donasi yang dilakukan oleh SKE disalurkan dalam bentuk program edukasi kepada masyarakat pedesaan atau *dhuafa*, sehinga dalam realisasi programnya

sangat jarang memberikan bantuan atau sedekah dalam bentuk uang tunai agar edukasi sedekah menjadi lebih produktif yang ditandai dengan bertambah kemampuan (*skill*), dan perubahan perilaku kaum *dhuafa* yang menjadi objek penyaluran sedekah. Adapun bentuk penyaluran donasinya berupa barang, jasa/tenaga, apresiasi atau hadiah, dan sebagainya yang dirangkum dalam bentuk kegiatan seperti pelatihan, *workshop,* perlombaan, *games*/permainan, dan renovasi (perbaikan fasilitas dan penambahan fasilitas).

Berkaitan program dalam bentuk program pemberdayaan masyarakat, SKE melakukannya dalam bentuk pendampingan yang dimulai dalam bentuk pelatihan/*workshop* hal tersebut dilakukan agar program SKE dapat terasa manfaatnya pada saat ini dan masa yang datang. Salah bentuk program yang dilakukan dalam bentuk sedekah jasa berupa *workshop* pembuatan video, fotografi, penyiar radio/televisi, jurnalistik untuk anak, dan sebagainya yang berkaitan dengan penambahan keterampilan. Bentuk pendampingan untuk pengembangan *skill* diharapkan memberikan bekal kepada masyarakat desa yang memiliki dampak jangka panjang.

Upaya peningkatan keterampilan (*skill*) masyarakat dalam konteks penyaluran donasi menurut Khrisna Mulawarman yang memfokuskan kepada pelatihan/ *workshop* diarahkan pada hal-hal bersifat pratikal yang mampu meningkatkan keterampilan dan kemampuan

masyarakat, sehingga melakukan analisa dan pengembangan potensi diri dan daerah yang mampu menghasilkan keuntungan untuk perbaikan ekonomi masyarakat, selain itu SKE juga melakukan pemberian kepada kepada masyarakat pedesaan maupun sekolah yang ada di daerah pinggiran dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi khususnya berkaitan sarana dan prasarananya.

Kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh SKE tetap selalu mempertimbangkan prioritas program yang berkaitan dengan kebutuhan mendasarkan dan mendesak kaum *dhuafa*, oleh sebab itu salah satu ditandai dengan adanya keterbatasan terhadap akses bahan bacaan dan beberapa peralatan sekolah yang rusak, maka program yang disediakan untuk menyelesaian permasalahan *non-skill* tersebut dengan membuat perpustakaan dengan koleksi buku-buku yang diprioritaskan untuk anak, sementara untuk sekolah dilakukan dengan pengadaan atau memperbaiki fasilitas sekolah.

Guna mengukur indikator keberhasilan program yang telah dilaksanakan SKE menurut Khrisna Mulawarman memiliki empat indikator yaitu: pertama, adanya respon positif pengguna *Facebook* seperti *Like, Share,* dan *Comment*, yang menandakan program yang akan dan telah dilaksanakan mendapatkan respon positif oleh pengguna media sosial, sehingga mampu menjadi kampanye kebaikan dan apabila bertahan lama dan masif menjadi *tranding*

topic. Kedua, jumlah pembaca setiap *update* informasi SKE di *timeline* media sosial signifikan yang juga dipengaruhi oleh indikator pertama (*like, share,* dan *comment*) yang harapannya meningkatkan jumlah donasi yang terlibat dalam program SKE. Ketiga, respon masyarakat terhadap rencana kegiatan SKE signifikan ditandai dengan keinginan untuk bergabung bersedekah dalam bentuk apapun sesuai dengan kemampuan donatur yang dapat berupa materi dan non materi. Keempat, keberlanjutan para donatur untuk terus bergabung dalam program dan kegiatan yang diselenggarakan, hal ini menjadi salah satu indikator kepercayaan donatur terhadap SKE dan terus menebarkan manfaat kepada kaum *dhuafa*.

Adapun evaluasi terhadap seluruh program dilakukan dalam bentuk pertemuan rutin bulanan para pegiat (koordinator dan relawan) SKE. Dalam pertemuan ini dibahas mengenai program yang telah dilaksanakan untuk menjadi pertimbangan program berikutnya, sehingga mampu program menjadi variatif dan inovatif yang berimplikasi terhadap beragam manfaat yang diperoleh oleh para dhuafa yang mendapatkan program. Evaluasi ini juga menjadi ruang untuk memberikan tindaklanjut terhadap keberlangsungan komunitas SKE dan pengembangan program, baik program yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Guna meningkatkan transparansi dan kepercayaan, sekalipun SKE masih bersifat komunitas filantropi tetap menjaga menjaga amanah donatur dengan

selalu memberikan laporan kegiatan kepada donatur melalui *update* informasi kegiatan sebelum dan sesudah acara di media sosial yang dimiliki. Bentuk laporan tersebut meliputi program, kegiatan, keuangan, dan mengirimkan laporan kegiatan melalui *email, inbox Facebook,* dan *website* SKE.

E. Kitabisa.com

Kitabisa.com merupakan *platform crowdfunding* yang didirikan oleh Muhammad Alfatih Timur (biasa dipanggil Timmy) pada tahun 2013 dengan tujuan awalnya sebagai *start-up* yang mampu menghubungkan antara pihak yang memiliki ide dengan pihak yang ingin memberikan dukungan dana terhadap program yang telah disediakan. Muhammad Alfatih Timur sebelum mendirikan Kitabisa.com terlibat dalam aktivis penggerak di Rumah Perubahan yang didirikan oleh Renald Kasali, pada saat menjabat sebagai asisten Renald Kasali ia mendapatkan tantangan untuk membuat sesuatu yang baru dan *fresh* di Indonesia dengan berbasis digital, maka dengan adanya trend internasional tentang patungan banyak orang yang dikampanyekan secara daring dan viral, sehingga menyebabkan banyak orang berdonasi sebagaimana dilakukan oleh *Ice Backet Challenge* maupun Koin untuk Prita di Indonesia yang mampu meningkat kesadaran masyarakat untuk berdonasi.

Secara kelembagaan Kitabisa.com sebagai *platform* penggalangan dana dan berdonasi secara daring (*online*) atau biasa dikenal dengan istilah *crowdfunding* dikelola oleh PT Kita Bisa Indonesia bersama dengan Yayasan Kita Bisa, sementara dasar operasional layanan penggalangannya berdasarkan Keputusan Menteri Sosial Republik Indonesia No. 1192/HUK -PS/2017 tentang Izin Penyelenggaraan Pengumpulan Sumbangan kepada Yayasan Kita Bisa untuk berbagai bentuk kegiatan penggalangan dana. Secara kelembagaan berkaitan dengan pembagian tim terbagi atas tiga bagian, yaitu: pertama, tim developer yang bertugas untuk mengurusi pembuatan dan *maintenance website*. Kedua, tim *marketing* yang bertugas untuk mencari *strategic partnership* mulai dari memperkenalkan Kitabisa.com, mencari proyek potensial yang mendatangkan donatur, meningkatkan *branding* melalui media sosial. Ketiga, tim operasional yang bertugas untuk mengurusi keuangan berbagai proyek-proyek telah masuk ke Kitabisa.com.

Kitabisa.com berjalan secara daring penuh untuk mengumpulkan ide dan donasi kemanusiaan, sehingga menjadi bagian contoh sukses dalam upaya pengembangan kewirausahaan sosial yang mampu memberikan penyelesaian terhadap permasalahan ekonomi, sosial, dan keagamaan masyarakat. Dalam proses operasionalisasinya Kitabisa.com tidak hanya memfokuskan penggunaan *website* sebagai satu-satunya *platform* yang digunakan dalam mempromosikan kampanye donasi, tetapi memanfaatkan

media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Youtube dimana *platform* tersebut tersebut memiliki pengguna yang cukup banyak dengan segala kelebihannya.

Dalam memperbesar kampanye urun dana yang dilakukan oleh Kitabisa.com yakni dengan menyiapkan *tagline* "*situs goyong royong untuk seluruh #orangbaik Indonesia, #menghubungkankebaikan*". Bentuk kampanye yang dilakukan terbagi atas beberapa variasi kampanye seperti untuk atlet dan fasilitas agama, balita dan anak sakit, bangun infrastruktur, bantuan medis, beasiswa dan pendidikan, bencana alam, *birthday fundraising*, difabel, *event*, hadiah, menolong hewan, panti asuhan, pelestarian lingkungan, *personal challenge*, produk dan inovasi, rumah ibadah, *run for charity*, seni, film, dan music, umrah dan haji, dan zakat.

Untuk dapat melakukan kampanye di Kitabisa.com proses pertama adalah membuat akun terlebih dahulu dengan tahapan sebagai berikut : (1) membuat akun melalui *website*, (2) mendaftar diri melalui *email* atau nomor HP, (3) mendapatkan verifikasi sesuai dengan identitas yang diajukan, (4) memasukkan kode verifikasi, (5) memilih 3 katagori favorit untuk muncul di aplikasi, seperti bantuan pendidikan, lingkungan, kegiatan sosial, balita dan anak sakit, dan seterusnya, (6) memilih menu lanjut untuk menyelesaikan pembuatan akun, (7) setelah menyelesaikan pembuatan akun di Kitabisa.com dapat membuat kampanye donasi dan melakukan donasi.

Gambar : tampilan *website* Kitabisa.com

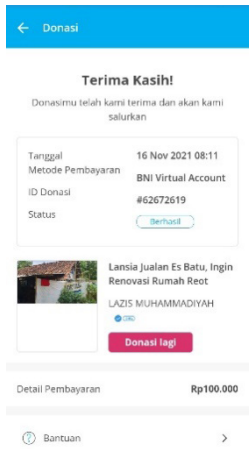
Sumber : https://kitabisa.com/

Akun yang telah dibuat dapat melakukan proses kampanye atau pemggalangan dana dengan mengunjungi kembali laman *website* Kitabisa.com dengan melakukan langkah sebagai berikut:

a. *Log in* ke akun Kitabisa.com sesuai akun yang telah dibuat sebelumnya
b. Memilih (klik) tombol galang dana
c. Memilih jenis galang dana
d. Mengisi formulir galang dana
e. Kitabisa.com akan melakukan verifikasi
f. Akun yang telah diterima, maka akan mendapatkan notifikasi dan bentuk kampanye bisa dibagikan ke berbagai media sosial.

Kitabisa.com sebagai *platform* urun dana tidak menyalurkan dana secara langsung dan hanya sebagai lembaga perantara menyediakan sarana untuk melakukan penggalangan dana secara daring melalui halaman *campaign* dimana keberhasil penggalangan dana tersebut ditentukan oleh faktor konten, luas jaringan, dan upaya dari pihak penggalang dana (*campaigner*), oleh sebab itu Kitabisa.com memfasilitasi NGO Global, yayasan global, komunitas, mahasiswa, artis, himpunan alumni, hingga individu yang hendak melakukan penggalangan dana yang bertujuan untuk tujuan sosial untuk membantu sesama maupun mendorong adanya karya tertentu.

Guna meningkatkan donasi dan publikasi, Kitabisa. com tidak hanya mengandalkan *website*, tetapi juga menggunakan media sosial seperti *Facebook, Twitter, Instagram*, dan *Youtube,* sehingga mampu meningkatkan donasi masyarakat berdasarkan tawaran program donasi yang telah disediakan (dikampanyekan). Berkat keberhasilan dan kegiatan positif yang dilakukan oleh Kitabisa.com pada tahun 2014 mampu mengantarkan Kitabisa.com sebagai semifinalis di NUS-DBS *Social Venture Challenge Asia* di Nanyang University of Singapure.



Gambar : contoh donasi Kitabisa.com

Kekuatan lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam menggalang donasi dari para donatur juga harus diimbangi dengan bentuk program dalam penyaluran donasi yang terkumpul, sebab hal tersebut erat kaitannya dengan tujuan sedekah itu sendiri yakni untuk meringankan persoalan yang dihadapi para kaum *dhuafa*. Selain itu, adanya bentuk program penyaluran dana yang baik akan menaikkan kepercayaan, citra, dan eksistensi lembaga/komunitas dihadapan para donatur dan para calon donatur.

Tahap yang tidak kalah penting dalam penghimpunan dan pengelolaan atau penyaluran dana yang dikumpulkan komunitas maupun lembaga filantropi Islam secara umum adalah bentuk evaluasi terhadap seluruh program yang telah dijalankannya, sebab adanya evaluasi tidak hanya

memberikan ruang koreksi terhadap program yang telah berjalan, tetapi juga memberikan solusi, arah dan inovasi terhadap bentuk program yang direncakan dan dijalankan, sehingga seluruh rangkaian dan pelaksanaan program dapat berjalan secara maksimal dengan memberikan dampak positif kehidupan para kaum *dhuafa*.

Gerakan komunitas filantropi Islam berbasis media sosial yang dilakukan oleh Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com, dalam mendorong kesadaran berderma masyarakat dan dampaknya terhadap pemberdayaan masyarakat sangat dipengaruhi cara komunitas dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas komunitas/ lembaga terhadap para donatur, di samping kemampuan organisasi dalam mendesain dan melaksanakan penyaluran donasi secara terprogram, terencana, dan terukur. Apalagi, keberadaan media sosial bagi sebagian kalangan masih dipandang berdampak negatif seperti penipuan, kejahatan dan seterusnya. Hal tersebut dikarenakan gerakan dan komunitas berbasis media sosial tidak menghadirkan diri dalam bentuk pertemuan fisik (*face to face*) bagi para donatur dan komunitas. Namun, hal yang dilakukan oleh kelima lembaga/komunitas filantropi tersebut mampu memberi pandangan baru bahwa media sosial dapat jadikan salah satu bentuk gerakan sosial memberi kontribusi positif terhadap kehidupan bermasyarakat, selain itu, keberadaan kelima lemaga/komunitas filantropi tersebut mampu

memberikan kepercayaan, kredibilitas dan akuntabilitas komunitas dalam mengumpulkan dan menyalurkan donasi secara maksimal.

BAB V
DINAMISASI FILANTROPI ISLAM BERBASIS MEDIA SOSIAL

A. Optimalisasi Potensi Filantropi Islam Berbasis Media Sosial

Aktivisme filantropi Islam di Indonesia terus semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan dengan berbagai varian bentuk, aktivitas, dan gerakannya. Perkembangan tersebut didukung oleh semakin tingginya tingkat kesadaran masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat, infak, sedekah, wakaf, dan dana kemanusiaan lainnya melalui lembaga resmi dibandangkan menyalurkan langsung kepada kaum pihak yang berhak dan membutuhkan (*dhuafa*). Di samping itu, adanya dukungan negara dalam memperkuat regulasi tentang pengelolaan filantropi Islam di Indonesia menyebabkan organisasi pengelola filantropi Islam dapat beroperasi secara nasional, provinsi, dan kabupaten/kota.

Perkembangan pengelolaan filantropi Islam tersebut, patut diapresiasi oleh semua pihak dengan terus meningkatkan kinerja, manajerial, dan pengelolaan secara maksimal, apalagi keberadaan aktivisme pengelolaan filantropi Islam terkadang masih dipandang hanya dilakukan oleh ormas, lembaga sosial, dan lembaga filantropi Islam itu sendiri, namun seiring berkembangnya teknologi dan informasi yang memunculkan komunitas filantropi Islam berbasis media sosial, semacam memberikan wadah baru aktivisme filantropi Islam sehingga mampu melakukan elaborasi antara perkembangan teknologi dan informasi dengan gerakan pelayanan sosial berbasis nilai-nilai agama.

Adanya pemanfaatan media sosial yang saat ini sedang menjadi deman diseluruh dunia, senantiasa memberikan ruang yang lebih luas terhadap aktivisme lembaga/ komunitas filantropi Islam untuk mendorong berbagai program lembaga/komunitas untuk dapat diakeses oleh pengguna media sosial (*nitizen*) dari seluruh dunia, tanpa adanya batas ruang dan waktu, selain itu, pemanfaatan media sosial juga memudahkan para *nitizen*, donatur, penerima donasi, dan semua *stake holders* untuk mengenal, mengetahui, dan berkontribusi dalam berbagai program yang diadakan para lembaga/komunitas filantropi Islam.

Kehadiran Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, Kitabisa.com, dan lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media

sosial lainnya turut membantu memaksimalkan pengelolaan potensi filantropi Islam di Indonesia, apalagi berdasarkan hasil penelitian Baznas, Institut Pertanian Bogor (IPB), dan *Islamic Development Bank* (IDB) dalam konteks potensi zakat saja diperkirakan mencapai 217 triliun tiap tahunnya. Adanya potensi zakat yang sedemikian besar tersebut, tidak menutup kemungkinan mengenai dana filantropi Islam lainnya juga bisa dimaksimalkan pengelolaannya, sehingga adanya gerakan komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dapat menjadi wadah dan gerakan baru dalam mendorong kesadaran dan perubahan kolektif masyarakat, sekalipun hal tersebut dilakukan melalui media sosial.

Lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam mendorong kesadaran berderma dalam berbabagai bentuk donasi dilakukan secara terencana oleh semua pegiatnya, baik untuk meng-*update* program hingga laporan, bahkan dalam beberapa bentuk program disesuaikan dengan kultur para pengguna media sosial yang cenderung bersifat kreatif, fleksibel, dan mudah diakses, oleh sebab itu tidak sedikit mahasiswa dan pelajar yang terlibat dalam aktivisme komunitas filantropi Islam berbasis media sosial ini. Keterlibatan para mahasiswa dan pelajar dalam kegiatan tersebut, barangkali dipengaruhi oleh keberadaan kaum muda yang begitu akrab dunia dengan dunia media sosial, sehingga keberadaan media sosial dimanfaatkan untuk mendorong kesadaran berderma yang dapat memberikan manfaat terhadap orang lain yang

membutuhkan melalui pengumpulan donasi terprogram masing-masing komunitas filantropi Islam.

Keterlibatan mahasiswa dan pelajar dalam beragam bentuk kegiatan komunitas filantropi Islam patut mendapatkan apresiasi, sebab keberadaan mereka tidak hanya sekadar menjadi pegiat, melainkan juga banyak menjadi donatur sebagaimana tergambar pada Sedekah Rombongan, Sedekah Begerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com. Adanya pegiat muda ini, cukup membantu program yang dilaksanakan komunitas filantropi Islam dalam memperbesar dan mempercepat *trending topic* di media sosial. Keberhasilan program atau pelaksanaan program menjadi *trending topic* di media sosial akan sangat menguntung komunitas filantropi Islam karena telah mendapatkan respon dari para pengguna media sosial. Biasanya, saat sebuah topik tertentu menjadi *trending topic* dipengaruhi oleh tagar (*hashtag*) yang digunakan setiap kali *posting* status ataupun *tweet* di media sosial.

Ketika menjadi trending *topic* akan menyebabkan para pengguna media sosial lebih banyak tahu, suka dan berbagi status, sehingga pada akhirnya menimbulkan respek positif dan kesadaran untuk saling berbagi kebaikan ataupun berdonasi, maka menjadikan *trending topic* tiap aktivisme komunitas filantropi Islam berbasis media sosial harus diimbangi visi, program, dan soliditas pegiat komunitas filantropi Islam tersebut, oleh sebab itu setiap komunitas filantropi Islam memiliki sebutan tersendiri untuk

menyebut para pegiatnya, misalnnya Sedekah Rombongan menyebut pegiatnya sebagai kurir, Laskar Sedekah menyebut pegiatnya sebagai pasukan, dan lainnya.

Keberadaan media sosial mempercepat arus informasi dan mendorong keterlibatan banyak pihak, sebab informasi dan interaksi tersebut juga dipengaruhi oleh banyak dan sedikitnya yang diikuti (*following*) maupun mengikuti (*followers*), maka adanya pola *like, comment,* dan *share* sebagaimana dipraktikkan oleh Sedekah Kreatif Edukatif dalam menjaring para pengguna media sosial dalam beberapa bentuk program dan realiasasi programnya akan memperbesar radius para pengguna media sosial untuk terlibat aktif dalam programnya, sekalipun hal tersebut hanya sekadar *like, comment,* dan *share* postingan yang dilakukan oleh Sedekah Kreatif Edukatif. Hal tersebut juga dilakukan oleh Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, dan Laskar Sedekah dalam melakukan kampanye program kegiatannya di berbagai media sosial, sehingga pada akhirnya dapat mendorong para pengguna media sosial terlibat aktif atau berdonasi kepada komunitas filantropi Islam berbasis media sosial.

Adanya keterlibatan aktif atau berdonasinya para pengguna media sosial terhadap program yang hendak dan dilakukan oleh komunitas filantropi Islam dapat dipandang sebagai keberhasilan komunitas dalam mendorong

kesadaran berderma masyarakat, tidak saja untuk masyarakat Indonesia, melainkan juga para pengguna media sosial di seluruh dunia, dikarenakan keberadaan media sosial tidak mengenal batas waktu dan tempat sepanjang terjankau oleh jaringan internet, oleh sebab itu capaian keunggulan media sosial ketimbang media konvensional setidaknya meliputi empat keunggulan, yakni: pertama, unggul secara sumber daya manusia dikarenakan media sosial sangat erat dengan perkembangan teknologi dan informasi. Kedua, keterlibatan diri dalam era perkembangan teknologi. Ketiga, segala sesuatu yang dilakukan lebih terorganisir. Keempat, timbulnya kemampuan operasional yang dilakukan oleh para sumber daya manusia atau para pegiatnya (RI, 2014), maka selain keempat keunggulan tersebut, keberadaan media sosial menyebabkan komunitas tidak perlu mengeluarkan banyak biaya promosi untuk mensosialisasikan program, menjaring donatur, laporan kegiatan program, sosialisasi, dan publikasi.

Gerakan filantropi Islam berbasis media sosial ini pun kian tumbuh pesat, bersamaan dengan semakin meningkatnya pengguna media sosial, maka kehadiran Sedekah Rombongan yang terbilang paling awal sebagai komunitas filantropi Islam berbasis media sosial tentu saja memberikan efek domino terhadap hadirnya komunitas yang sama dalam menggalang dana filantropi dari masyarakat. Gerakan filantropi Islam berbasis media

sosial memberikan layanan kemudahan dalam berdonasi, penyaluran donasi, dan pertanggung jawaban secara cepat melalui berbagai postingan di media sosial komunitas filantropi Islam tersebut, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan oleh para donatur adalah mengontrol dan memahami gerakan komunitas filantropi Islam, sehingga donasi yang terkumpul tidak saja disalurkan bentuk *charity*, melainkan juga dengan bentuk pemberdayaan masyarakat yang lebih bersifat jangka panjang.

Bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh lembaga atau komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam praktiknya memberi bentuk pendampingan, baik dalam membentuk *softskill* dalam bentuk pelatihan dan *workshop,* sementara dalam bentuk *hardskill* diwujudkan dalam pemberian modal usaha. Elaborasi keduanya dalam proses pemberdayaan masyarakat lebih diorientasikan misi pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah cara dalam menghimpun masyarakat untuk produktif menyebabkan perlunya *sharing* modal. Dalam konteks ini, posisi masyarakat bukan pihak yang bisa didikte dalam penyediaan modal materi. Artinya, modal utama masyarakat tersebut merupakan modal sosial yang selama ini melekat erat dalam keseharian masyarakat seperti, gotong royong, saling membantu, dan sebagainya, apalagi modal sosial tersebut dilandasi oleh ajaran agama yang dimensi spiritualnya termanifestasi dalam aktivitas sosial.

Keberadaan modal sosial sangat dibutuhkan dalam berbagai hal guna mencapai tujuan individu dan kelompok yang di dalamnya terdapat relasi, norma, dan kepercayaan yang terjadi dalam situasi sosial tertentu. Umumnya modal sosial yang dibutuhkan masyarakat adalah kepercayaan sebagai sebuah entitas moral yang mengikat satu sama lain, oleh sebab itu semakin banyak orang saling percaya satu sama lain menyebabkan saling percaya satu sama lain (Dwiningrum, 2014). Modal sosial masyarakat ini terbagi kepada empat hal yakni, adanya jaringan (*network*), kepercayaan (*trust*), pemahaman (*understanding*), dan nilai bersama (*shared values*) (Franklin, 2003). Modal sosial dalam konteks pengelolaan filantropi Islam berfungsi untuk dimaksimalkan dalam interaksi, partisipasi, kontribusi, dan memberi dorongan kepada *stakeholders* yang berimplikasi terhadap pengembangan filantropi Islam berbasis pemberdayaan masyarakat.

Problem yang seringkali dihadapi dalam pemberdayaan masyarakat adalah pemberdayaan untuk mengurai persoalan kemiskinan, sebab hal inilah yang menjadi faktor utama masyarakat tidak berdaya dan miskin, baik miskin secara kultural dikarenakan masih adanya kesadaran naif dan pasif yang menjangkiti setiap individu ataupun kelompok, maupun kemiskinan secara struktural dikarenakan ketidakadilan atau dampak dari sebuah kebijakan negara. Adanya pemberdayaan masyarakat memberikan peluang dan harapan kepada masyarakat

untuk meningkatkan kualitas kehidupannya sehingga mampu mengeluarkan masyarakat dari jurang kemiskinan.

Salah satu upaya yang diperlukan dalam peningkatan kemampuan untuk memperoleh nilai tambah dalam proses pemberdayaan masyarakat, setidaknya mampu fokuskan kepada perbaikan tiga akses, yakni: pertama, pengembangan sumberdaya, meliputi sumber daya manusia dan sumber daya yang mampu dikembangkan oleh masyarakat ke dalam sektor produktif sehingga mampu meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat. Kedua, penggunaan teknologi, dalam hal ini terkait adanya kemampuan masyarakat untuk menggunakan perangkat teknologi yang mampu mendukung berbagai aspek ekonomi produktif, sehingga mampu adaptif dengan perkembangan zaman. Ketiga, akses pasar yang kondusif, hal ini bermanfaat agar masyarakat mampu memasarkan produk dalam bentuk barang atau jasa yang dihasilkannya.

Bila masyarakat sudah mulai berdaya melalui berbagai program yang telah dilaksanakan, maka tahap berikutnya adalah menyiapkan akses modal keuangan yang berkelanjutan sesuai dengan kemampuan masyarakat dalam bentuk lembaga keuangan. Keberadaan lembaga keuangan menjadi hal yang dibutuhkan sebagai lembaga yang dapat mengakomodir partisipasi masyarakat untuk mengembangkan usahanya dan menyiapkan tabungan di masa yang akan datang. Lembaga keuangan tersebut dapat berupa lembaga keuangan yang didirikan bersama

masyarakat dalam bentuk Lembaga Keuangan Mikro (LKM) maupun koperasi, sehingga keberadaan keberlanjutan dari proses pemberdayaan masyarakat menjadi sesuatu yang menentukan keberhasilan seluruh programnya.

Pemberdayaan masyarakat sebagai bentuk proses pelaksanaan program yang panjang senantiasa membutuhkan fase dan tahapan yang panjang pula, sehingga dibutuhkan keterlibatan masyarakat secara integral. Bentuk partisipasi masyarakat dalam program diantaranya melalui tahapan dapat dilakukan mulai tahap *assessment*, perencanaan alternatif program, pelaksanaan program, dan evaluasi (Rukminto, 2008), sementara untuk mengoptimalkan pemberdayaan masyarakat diperlukan sebuah upaya program yang dibentuk secara terencana dari tingkat perencanan sampai pelaksanaanya (Alwi, 1995), sehingga bisa tercapai target pada saat pelaksanaan pemberdayaan masyarakat, hal tersebut dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Adanya identifikasi masalah masyarakat yang dihadapi masyarakat yang dapat digunakan sebagai analisa awal,
2. Membagi masalah tersebut dalam bentuk klister tertentu, seperti politik, ekonomi, sosial, budaya, dan lainnya,
3. Memilih klaster yang paling dominan sebagai objek pemberdayaan masyarakat yang hendak diberdayakan,
4. Pembentukan program sesuai dengan kebutuhan objek,
5. Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat,

6. Evaluasi dan *feedback* program pemberdayaan masyarakat,
7. Tindak lanjut program pemberdayaan masyarakat yang berupa pendampingan, secara berkala dan terukur.

Ketujuh cara di atas bermanfaat untuk melakukan penelitian yang bersifat parsipatoris dengan masyarakat, sehingga dalam perjalanannya keberadaan data tentang masyarakat sudah teridentifikasi sejak awal sebelum program dilaksanakan dan berbagai kendala yang akan dihadapi telah telah diidentifikasi dengan menyelesaikan akar permasalahannya. Adanya sistem program yang tersistematis tidak saja akan memudahkan dalam *assessment* dan penerapan program, tetapi juga bentuk evaluasi yang hendak dilakukan setelah program tersebut berakhir, sekaligus untuk melihat dampak positif melalui adanya perubahan sikap ataupun taraf hidup yang semakin meningkat.

Guna mengukur keberhasilan dalam proses pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat yang harus dilakukan yakni adanya pemantauan terhadap dampak psikologi, sosial, dan ekonomi terkait perubahan atas perilaku dan tindakan masyarakat, sehingga pemberdayaan masyarakat dapat diketahui dan diukur kebermanfaatan dan keberhasilannya. Salah satu cara untuk mengukur tingkat tingkat keberhasilan tersebut dalam konteks bidang ekonomi bisa dilihat dari tiga hal

yakni: pertama, pendapatan per kapita tinggi. Kedua, pendapatan perkapita terus naik. Ketiga, kecenderungan kenaikan terus menerus dan mandiri (Mannan, 1997), oleh sebab itu keberhasilan dalam pemberdayaan masyarakat dalam kaitannya dengan ekonomi adalah peningkatan taraf hidup dan menciptakan kemandirian masyarakat tersebut, sehingga dalam mengurai problematika masyarakat bisa fokus dan terarah dalam penerapannya.

Pendampingan untuk pemberdayaan masyarakat adalah pengakuan akan pengalaman dan pengetahuan lokal masyarakat, hal ini bukanlah berarti masyarakat selamanya benar dan harus dibiarkan tidak berubah. Kenyataan objektif telah menunjukkan bahwa dalam banyak hal perkembangan pengalaman dan pengetahuan lokal (bahkan tradisional) tidak dapat mengejar perubahan-perubahan yang terjadi dan tidak lagi memecahkan masalah yang berkembang, namun sebaliknya telah terbukti pula pengetahuan modern dan inovasi dari luar yang diperkenalkan oleh orang luar tidak juga dapat memecahkan masalah mereka, bahkan menciptakan yang lebih besar lagi, oleh sebab itu pengetahuan lokal masyarakat dan pengetahuan dari luar atau inovasi harus dipilih secara arif dan saling melengkapi (Karsidi, 2007).

Relasi pemberdayaan masyarakat dalam praktik filantropi dalam aspek yang lain dapat melakukan sindikasi program dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan banyak perusahaan sebagai kewajiban dan

komitmen perusahaan terhadap masyarakat yang ada di sekitar perusahaan. Kewajiban perusahaan ini menjadi faktor penting agar terwujud keshalihan bisnis yang tidak selalu mengedepankan untung dan rugi, melainkan adanya kepedulian terhadap masyarakat yang di area perusahaan tersebut berada. Adapun relasi tersebut tergambar sebagai berikut :

Gambar : Piramida *Corporate Social Responsibility* (CSR)

(Carroll & Buchholtz, 2014)

Dalam piramida di atas, menunjukkan bahwa ada relasi yang saling berkaitan mulai dari fondasi perusahaan yang mencari laba sebagai perusahaan *profit*, namun secara lebih jauh dan mendasar adalah bagaimana perusahaan juga memprioritaskan sebagian *profit* yang diperoleh terhadap kemandirian masyarakat yang berimplikasi terhadap nilai manfaat dari operasional perusahaan yang tidak hanya

dinikmati para pekerja, pemilik, dan pemerintah semata sebagai pihak yang terlibat dalam proses operasionalisasi perusahaan tersebut, oleh sebab itu nilai kebutuhan ekonomi, norma hukum, etika, dan filantropi menjadi tanggung jawab yang senantiasa melekat pada semua perusahaan.

Pola filantropi perusahaan melalui CSR yang kemudian berkembang menjadi *commonity development* (pengembangan masyarakat) tidak saja menyelesaikan permasalahan kemiskinan sebagai dampak ketidakmerataan sumber ekonomi, tetapi sudah berkembang kepada adanya pelayanan pengembangan sumber daya manusia baik melalui pendirian institusi pendidikan, beasiswa, keterampilan, kesehatan, dan lainnnya. Pola CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang biasanya sudah menjadi lembaga dibawah naungan perusahaan atau struktur tertentu dalam stuktur perusahaan, hampir sama programnya dengan yang dilakukan Lembaga Sosial Masyarakat (LSM) ataupun lembaga filantropi yang dalam kinerjanya professional.

Berdasarkan Instruksi Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 8/1999 yang tujukan pada Gubernur diseluruh tentang Pembinaan Lembaga Swadaya Masyarakat dalam Lampiran II menjelaskan LSM adalah organssasi/lembaga yang anggotanya adalah masyarakat warga negara Republik Indonesia yang secara sukarela atau kehendak sendiri serta bergerak di bidang kegiatan tertentu yang ditetapkan oleh

organisasi/lembaga sebagai wujud partisipasi masyarakat dalam upaya meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat yang menitikberatkan kepada pengabdian secara swadaya.

Keberadaan CSR dalam konteks pengembangan masyarakat turut memberikan ruang kepada masyarakat untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuannya sehingga mampu mensejahterakan dirinya, oleh sebab itu melalui bentuk pengembangan kapastitas tersebut bertujuan untuk mendorong kamandirian masyarakat dengan dukungan berbagai sarana dan prasarana yang berasal dari CSR yang menyebakan para pendamping secara perlahan dapat memberikan pendampingan secara periodik dan akses kepada masyarakat untuk memperluas jangkauan usaha yang telah didirikan dan dikembangkannya. Dalam proses pelaksanaan pendampingan masyarakat hal yang perlu dilakukan adalah memahami secara komprehensif dalam menganai prinsip-prinsip yang dibutuhkan dalam pendampingan, adapun prinsip dasar dalam pendampingan meliputi tiga hal, yakni: pertama, belajar dari masyarakat yang menekankan pada dari, oleh, dan untuk masyarakat. Kedua, pendamping sebagai fasilitator dan masyarakat sebagai pelaku. Ketiga, saling belajar saling berbagi pengalaman (Karsidi, 2007).

Keberadaan CSR dalam aspek yang lain, secara paradigmatik masih menyisakan dinamika bahwa secara konseptual berasal dari dunia barat dan dianggap mengalami

kekeringan nilai-nilai spiritual yang berimplikasi aktivitas CSR akan mengeyampingkan aspek spiritual dan lebih focus mengorientasikan pada pengembangan yang bersifat material (non-spiritual). Anggapan CSR yang merupakan konsep *ala* barat, lambat laun dikonsepsi ulang oleh para pengusaha muslim atau pegiat filantropi Islam dengan cara menanamkan benih spiritualitas, baik dari aspek konsepsi hingga praktkk sehingga terdorong untuk memunculkan istilah padanan yakni *Islamic Social Responsibility (ISR)* (Latief, 2013b).

Konsepsi tentang tanggung jawab sosial Islam ini dianggap penting, mengingat keberadaan CSR hanya upaya barat yang kapitalistik untuk menghindarkan diri kecurigaan publik. Perbedaan persepsi CSR tersebut membawa dilema bagi sektor swasta mengenai tanggung jawab sosial, sebab dalam Islam terdapat konsep syariah dan taqwa yang lebih komprehensif karena bersumber dari kepercayaan dan moral seorang muslim terhadap kepercayaan yang diyakini, sehingga aktivitas perusahaan haruslah baik, sekalipun aspek finansialnya positif ataupun negatif (Dusuki, 2008).

Perbedaan pandangan di atas dihadapkan pada aspek manfaat jangka pendek di masyarakat, maka akan mengerucut menjadi nilai manfaat yang tidak bisa ditolak sebagai konsekuensi dari keberhasilan program pemberdayaan masyarakat, sedangkan jangka panjang seluruh perusahaan baik menggunakan terminologi CSR

atau ISR haruslah mengedepankan keseimbangan dalam melakukan aktivitas deviasi bisnis di setiap perusahaan, apalagi masyarakat yang menerima program pemberdayaan masyarakat biasanya tidak terlalu banyak mengkritisi aspek terminologis, dikarenakan kepentingannya dalam mengurai problematika mendasar hidup yang dilajaninya secara sulit, dua persoalan ini akan menemukan keseimbangan manakala pemahaman bersama atas dasar manfaat bersama kepada pihak yang membutuhkan.

Aktivisme lembaga/komunitas filantropi Islam yang berbasis media sosial sekalipun dalam aktivisme gerakannya memiliki sifat dan gerakan yang berbeda, namun memiliki spirit yang sama agar mampu memberikan dampak positif terhadap upaya pengembangan masyarakat dalam bentuk pendampingan atau pemberdayaan masyarakat. Berkaitan dengan sifat gerakan hal tersebut didasarkan kepada bentuk gerakan yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam dalam menyalurkan donasi yang terkumpul, misalnya disalurkan untuk pelayanan sosial, agama, kesehatan dan pendidikan, sementara terkait pola gerakan yaitu memiliki persamaan penghimpunan donasi daring yang dilakukan secara kreatif dengan memaksimalkan media sosial yang telah dimiliki masing-masing komunitas.

Hal yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas komunitas dari pada donatur, hampir memikili pola yang sama yakni mempublikasi hasil

pengumpulan donasi, sosialisasi program dan laporan pelaksanaan program melalui berbagai media sosial dan *website* yang dimiliki, misalnya, pola yang dilakukan Sedekah Rombongan, Laskar Sedekah, Sedekah Bergerak, dan lainnya dalam menghimpun dana selalu di *update* secara berkala di *website* lemaga/komunitas, selain itu untuk memaksimalkan laporan pelaksanaan program dilakukan *posting* foto penyaluaran donasi secara tidak langsung juga memberikan penjelasan penyaluran dana yang disalurkan, hal tersebut diyakini bahwa keberadaan postingan foto ke *website* dan media sosial sangat memudahkan para donatur dalam mengetahui dana yang didonasikan disalurkan sesuai dengan espektasi para donatur.

Kegiatan dan program yang dilakukan oleh lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial dalam mengoptimalkan penggunaaan media sosial untuk kegiatan donasi kemanusiaan menunjukkan bahwa tingkat kepedulian masyarakat Indonesia untuk membantu masyarakat (kaum *dhuafa*) semakin membesar dengan beragam bentuk penghimpunan, pengelolaan, penyaluran donasinya, sedangkan dalam organisasional keberadaan lembaga/komunitas filantropi Islam berbasis media sosial harus terus melakukan koordinasi dengan lembaga filantropi Islam yang telah lama berdiri agar dapat melakukan integrasi program, sehingga mampu memberikan dampak yang lebih sistemik dan bersifat jangka panjang terhadap pengembangan masyarakat dengan beragam program

yang mampu diintegrasikan.

B. Dari Komunitas Kepada Lembaga Resmi dan Kolaborasi

Komunitas sebagai suatu kelompok sosial yang melakukan komunikasi dan interaksi dalam lingkungan masyarakat dikarenakan adanya persamaan tujuan tertentu. Dalam pengertian yang lain komunitas berarti sebuah kelompok teritorial tertentu dimana para anggotanya saling menjalin hubungan interaktif dengan menggunakan sarana yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu (Sriyana, 2020). Timbulnya komunitas ini umumnya dipengaruhi oleh adanya persamaan visi, misi, dan tujuan yang didasarkan pada persamaan minat, budaya, daerah, agama, dan lainnya.

Gerakan filantropi Islam berbasis media sosial selama ini sebagian masih dilakukan oleh berbagai komunitas yang disesuaikan bentuk gerakan donasi filantropi tersebut, seperti Sedekah Kreatif Edukatif, Laskar Sedekah, Makelar Sedekah, dan lainnya. Penggunaan komunitas dalam konteks ini diarahkan pada tidak adanya aspek legalitas formal yang dimiliki oleh komunitas berbasis media sosial yang menyebabkan secara organisasional bersifat paguyuban yang memiliki persamaan tujuan dengan interaksi yang cukup terbatas pada pihak yang terlibat dalam komunitas tersebut.

Komunitas filantropi Islam secara kelembagaan ke depan harus mampu didorong menjadi menjadi lembaga formal, misalnya, didorong menjadi yayasan atau lembaga yang bergerak dalam pengelolaan dana filantropi Islam sebagaimana telah dilakukan oleh Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, dan Kitabisa.com, sehingga secara aspek legalitas kelembagaan lebih terjamin, operasional organisasi berjalan secara teratur, dan akuntabalitas organisasi dapat diaudit secara berkala oleh akuntan publik yang semakin meningkatkan kepercayaan masyarakat, khususnya pada donatur yang telah mempercayakan pengelolaan dan penyaluran donasinya kepada komunitas filantropi Islam berbasis media sosial.

Upaya mendorong komunitas berbentuk lembaga atau yayasan tampaknya untuk sebagian komunitas menjadi menjadi target jangka panjang komunitas filantropi Islam berbasis media sosial, hal tersebut disebabkan berbagai program yang lakukan oleh komunitas filantropi Islam masih didasarkan pada kesadaran orang perorangan dan tren gerakan kolektif kelembagaan, artinya dalam jangka waktu tertentu komunitas dapat berubah menjadi bentuk yang lebih besar dengan menggunakan nama yang lain maupun berakhir (bubar) sesuai dengan kesepakatan para pendirinya. Kelemahan inilah yang patut disadari dan diantisipasi oleh komunitas filantropi Islam berbasis media sosial bila belum memiliki legalitas formal dalam menjalankan organisasinya, disamping adanya kebijakan

pemerintah yang mendorong pengumpulan donasi harus dilakukan melalui lembaga atau yayasan resmi.

Berkaitan dengan aturan pentingnya legalitas organisasi dalam komunitas filantropi Islam telah diatur dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1961 tentang Pengumpulan Uang dan Barang pada Pasal 1 menerangkan bahwa pengumpulan uang dan barang ialah setiap usaha mendapatkan uang atau barang untuk pembangunan dalam bidang kesejahteraan sosial, mental/agama/ kerokhanian, kejasmanian, dan bidang kebudayaan. Maka, adanya undang-undang tersebut mewajibkan adanya ijin dari pejabat yang berwenang yakni Menteri Kesejahteraan Sosial, Gubernur, Bupati/ Walikota, dimana ijin tersebut tidak diberikan kepada individu atau perseorangan, tetapi diberikan perkumpulan atau organisasi.

Guna meningkatkan regulasi dan tata kelola Pengumpulan Uang dan Barang (PUB) secara regulatif pemerintah pengeluarkan Peraturan Menteri Sosial RI No. 8 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Pengumpulan Uang dan Barang. Dalam peraturan ini mengatur aktivitas PUB harus dilakukan secara sukarela, tanpa ada ancaman/kekerasan, dan tidak menimbulkan keresahan di masyarakat, sehingga proses tersebut harus mengacu pada prinsip tertib, transparan, dan akuntabel. Supaya penyelenggaraan PUB dalam dapat berjalan secara legal dan terukur, maka penggalangan dana harus dilakukan organisasi masyarakat yang berbadan hukum dan

organisasi masyarakat dalam perkumpulan atau yayasan, namun dalam peraturan ini memberikan pengecualian wajib ijin kepada hal yakni, zakat dan pengumpulan di tempat ibadah, keadaan darurat/gotong royong di lingkungan terbatas, dan kegiatan pertemuan terbatas yang bersifat spontan.

Adanya legalitas formal yang dimiliki komunitas filantropi Islam berbasis media sosial turut memberikan secara kelembagaan mampu menggambarkan tata kelola organisasi untuk mempertanggung jawabkan seluruh aktivitas yang dilakukan, selain itu adanya legalitas formal tersebut secara tidak langsung senantiasa akan mampu meminimalisir terjadinya konflik kepentingan (*conflik of interest*) sesama pengelola (kurir) di komunitas filantropi hingga munculnya kesangsian masyarakat (donatur) terhadap tata kelola pengumpulan, pengelolaan, dan penyaluran donasi. Oleh sebab itu, adanya legalitas formal secara umum mampu memberikan dorongan kepada komunitas filantropi Islam untu menyiapkan kreativitas program, transparansi, kredibilitas, dan akuntabilitas organisasinya kepada seluruh *stakeholders*.

Peran strategis komunitas filantropi Islam dalam praktiknya dapat melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak dikarenakan telah memiliki akses informasi berbasis digital, sebagaimana telah dilakukan oleh Sedekah Rombongan yang melakukan kerjasama dengan Dompet Dhuafa dalam melakukan pendampingan pemulihan

ekonomi masyarakat yang awalnya telah mendapatkan program karitas dalam bentuk pendampingan kesehatan. Upaya ini dilakukan agar masyarakat yang mendapatkan pendampingan kesehatan selama proses penyembuhan menyebabkan usaha (bisnis) yang dijalankan menjadi stagnan dan mati, sehingga membutuhkan pendampingan ekonomi untuk memulai kehidupan setelah sembuh dari penyakit yang dideritanya. Kolaborasi program ini memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan masyarakat melalui berbagai program produktif, sekalipun proses pengumpulan donasi yang dilakukan secara daring.

Kolaborasi sesama organisasi filantropi Islam maupun dengan berbagai *stakeholders* lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan modal sosial yang dimiliki organisasi dan masyarakat sehingga mampu mengurai permasalahan mendasar yang dialami masyarakat miskin (*dhuafa*) termasuk dalam pembangunan berkelanjutan pasca-pandemi Covid-19 yang kini tengah melanda masyarakat di seluruh dunia, sehingga menyebabkan jurang kemiskinan semakin melebar yang disebabkan minimnya interaksi langsung individu dan kelompok masyarakat serta berimplikasi terhadap aktivitas dan pertumbuhan ekonomi melambat bahkan minus, oleh sebab itu tujuan dalam pembangunan berkelanjutan yang bebas dari kemiskinan mutlak harus dilakukan secara kolaboratif.

Di tengah permasalahan pandemi Covid-19 masyarakat secara global ternyata masih memberikan angin segar

terhadap praktik filantropi Islam di Indonesia. Berdasarkan laporan dari *Charities Aid Fundation* (CAF) *Word Giving Index* 2021 menempatkan Indonesia pada posisi pertama sebagai negara paling dermawan di dunia dengan skor 69 atau naik dari tahun sebelum pada tahun 2018 yang memperoleh skor 59. Faktor terbesar yang menjadikan Indonesia sebagai negara terdermawan tersebut dikarenakan masyarakat tetap menunaikan zakat sekalipun situasi sulit di tengah pandemi, disamping peranan lembaga filantropi dan tokoh masyarakat agar tetap melakukan praktik filantropi dengan kondisi apapun sesuai dengan kemampuannya.

Semangat berderma (filantropi) masyarakat di Indonesia meski di tangah kondisi sulit tidak menghalangi untuk saling berbagi dan membantu, dimana dalam konteks derma di sini yang berubah hanya bentuk sumbangan dan jumlahnya saja, dimana mereka yang terkena dampak tetap berderma dengan jumlah yang lebih kecil, namun mampu berdonasi dalam bentuk yang lain seperti tenaga, barang, dan lainnya sehingga turut menyebabkan donasi lembaga filantropi tetap naik donasinya dengan bentuk yang lain.

Keberhasilan Indonesia sebagai negara paling dermawan di tengah pandemic tersebut dapat ditinjau oleh beberapa aspek, diantaranya: pertama, para pegiat filantropi Islam mampu melakukan transformasi kegiatan ajakan berderma dari bentuk konvensional ke digital sebagaimana ditunjukkan oleh Kitabisa.com pada tahun 2021 mampu mencatat 3 juta donatur yang melakukan

donasi dan membantu lebih dari 36 ribu galang dana sosial. Kedua, kuatnya pengaruh ajaran agama khususnya zakat, infak, sedekah yang mampu menjadi penggerak selama pandemi. Ketiga, menguatnya peranan anak muda untuk terlibat dalam aktivitas filantropi dalam berbagai program yang sesuai dengan gaya mereka melalui penggunaan media sosial

BAB VI
PENUTUP

Tumbuh dan berkembangnya gerakan filantropi Islam berbasis media sosial di Indonesia memanfaatkan demam media sosial dengan beragam *platform* yang memberikan kemudahan kepada penggunanya untuk saling berinteraksi secara daring tanpa batas ruang dan waktu, oleh sebab itu gerakan yang dilakuka komunitas dan lembaga filantropi Islam berbasis media sosial seperti Sedekah Rombongan, Sedekah Bergerak, Laskar Sedekah, Sedekah Kreatif Edukatif, dan Kitabisa.com telah memberikan sudut pandang dan visi yang sama yaitu mendorong kesadaran masyarakat untuk beramal dengan melakukan kampanye dan gerakan melalui media sosial.

Implikasi timbulnya kesadaran berderma (berfilantropi) masyarakat dengan melakukan donasi secara daring turut memberikan kemudahan dalam aspek pelayanan kepada

para donatur untuk melakukan donasi, sementara bagi komunitas, lembaga, dan organisasi filantropi Islam turut memberikan efesiensi pembiayaan pelayanan sebab mampu dilakukan dengan menggunakan teknologi yang telah tersedia. Artinya, pemilihan media sosial sebagai wadah penghimpunan, pengelolaan, penyaluran, dan pelaporan dana filantropi Islam dikarenakan memiliki efektifitas dan jangkauan informasi yang luas.

Gerakan berdonasi yang telah dilakukan komunitas filantropi Islam dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial yang dimiliki. Hal tersebut dilakukan dengan membagikan status, foto, video, dan *link* berita dari *website* yang harapannya dapat memberikan informasi yang komprehensif mengenai gerakan filantropi yang dilakukan kepada para donatur, calon donatur, pengambil kebijakan, dan para pengguna media sosial secara umum. Respon atau umpan balik yang dilakukan oleh pengguna sosial yakni dengan melakukan tindakan suka (*like),* komentar *(comment)*, dan bagikan (*share)* terhadap atas pembagian informasi yang telah dilakukan oleh komunitas/lembaga filantropi Islam berbasis media sosial tersebut.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh komunitas/ lembaga filantropi Islam tersebut bertujuan untuk adanya kepercayaan masyarakat pengguna media sosial dan masyarakat secara umum untuk melakukan donasi kepada berbagai program yang telah disediakan, selain itu upaya tersebut menjadi salah satu upaya melakukan gerakan

edukatif mengenai pentingnya dan keutamaan berbagi sebagian rejeki kepada pihak yang membutuhkan yakni dalam bentuk sedekah dan berbagai dana filantropi Islam lainnya. Oleh sebab itu, pemberian informasi secara reguler dan terencana berimplikasi terhadap timbulnya kesadaran para pengguna media sosial (*nitizen*) untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan komunitas/lembaga dengan beragam bentuk donasinya.

Salah satu indikator kesadaran berdonasi yang digunakan oleh komunitas/lembaga filantropi Islam berbasis media sosial tidak hanya ditandai dengan adanya donasi dalam bentuk penyaluran dana (uang), tetapi juga dalam bentuk jasa, barang, dan tenaga para donatur yang ditandai dengan pemberian barang atau jasa peningkatan skill para kaum *dhuafa* hingga keterlibatan bagian dari komunitas/lembaga yakni sebagai kurir (relawan). Sementara dalam sudut pandang gerakan secara kolektif para pihak seluruh pihak yang terlibat dalam gerakan filantropi Islam tersebut dapat memanfaatkan media sosial yang dimiliki dengan memberikan *like, comment*, dan *share* terhadap berbagai hal yang dibagikan komunitas/lembaga filantropi Islam dalam website maupun media sosialnya. Penetapan indikator kesadaran masyarakat terlibat aktif dalam gerakan filantropi Islam tersebut di atas bertujuan agar kegiatan berbagi atas harta yang dimiliki dan memberikan manfaat terhadap yang membutuhkan (kaum *dhuafa*) dapat menjadi spirit untuk terus membangun

solidaritas sosial dengan berlandaskan pada semangat ajaran agama.

Bentuk program komunitas/lembaga filantropi Islam berbasis media sosial dalam menghimpun dan menyalurkan donasi yang telah terkumpul dari para donatur dilakukan dengan pola yang sama. Bentuk penghimpunan dilakukan dengan mencantumkan nomor rekening dalam setiap bentuk promosi dan publikasi yang dilakukan, baik hal tersebut dilakukan di laman *website* maupun media sosial yang dimiliki. Sementara dalam konteks pelayanan langsung dengan para donatur dilakukan menyediakan layanan jemput sedekah (donasi) bila yang disedekahkan berupa barang maupun kondisi yang memungkin para donatur dan dermawan berhalangan untuk mengirimkan sendiri atau mentransfernya melalui ATM.

Berkaitan dengan bentuk penyaluran donasi selalu disesuaikan dengan sifat gerakan komunitas/lembaga filantropi Islam, misalnya bila bergerak dibidang keselahatan, biasanya program dilakukan dengan menyelenggarakan program pelayanan kesehatan sebagaimana dilakukan oleh Sedekah Rombongan, Sedekah Begerak, dan Laskar Sedekah. Bila bergerak di bidang pendidikan, maka fokus program diutamakan dalam penyediaan dan memfasilitasi kebutuhan belajar mengajar sebagaimana dilakukan Sedekah Kreatif Edukatif. Sementara untuk *platform* urun dana yang dilakukan oleh Kitabisa.com mampu mengakomodir berbagai kampanye donasi baik untuk

bidang kesehatan, sosial, ekonomi, dan lainnnya.

Penyaluran donasi dalam bentuk pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh komunitas/lembaga filantropi Islam berbasis media sosial memang masih terbilang masih minim dikarenakan secara organisasional fokus gerakannya cenderung kepada program yang bersifat karitas, namun meskipun demikian beberapa program seperti *workshop* peningkatan *skill* perfilman yang dilakukan oleh Sedekah Kreatif Edukatif, pemberian pinjaman modal usaha oleh Sedekah Bergerak, hingga penyediaan rumah singgah oleh Sedekah Rombongan secara esensial telah memenuhi prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat yakni memiliki dampak jangka panjang dan perubahan paradigma, sikap, dan tindakan penemima manfaat donasi.

Proses pemberdayaan masyarakat tersebut dilakukan dengan didasarkan kepada inisiatif atau masukan yang disampaikan masyarakat berdasarkan permasalahan yang dihadapi kemudian ditindaklanjuti oleh komunitas/ lembaga filantropi Islam dengan penyediaan program. Dalam pelaksanaan program tim (kurir) bersama-sama dengan masyarakat menjalankan program untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi, sehingga partisipasi masyarakat menjadi salah kunci untuk optimalnya pelaksanaan pemberdayaan masyarakat.

Guna memberikan meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas kelembagaan komunitas/lembaga filantropi

Islam berbasis media sosial kepada masyarakat secara umum dana para donatur yang melakukan donasi secara daring dan luring secara khusus dilakukan dengan tiga cara, yaitu: pertama, selalu memberikan laporan pengumpulan donasi dalam bentuk bukti transaksi penerimaan donasi kepada donatur pada saat setiap kali donatur melakukan donasi, hal dibuktikan dengan pemberian kwitansi penerimaan donasi hingga rekapitulasi seluruh penerimaan donasi. Kedua, secara periodik mengeluarkan berita dan *postingan* foto di *website* dan media sosial komunitas/lembaga mengenai program dan penerima program dari donasi, sehingga dengan adanya *website* komunitas/lembaga pihak donatur dan para pengguna media sosial dapat mengetahui laporan total donasi yang terkumpul dan yang disalurkan komunitas/lembaga. Ketiga, pihak komunitas/lembaga filantropi Islam berbasis media sosial secara berkala menerbitkan buletin atau majalah yang memuat berita, rencana program, dan realisasi program komunitas filantropi Islam, baik dalam bentuk cetak maupun daring.

Hal yang perlu dilakukan dalam jangka panjang dalam sudut pandang pengelolaan, maka negara harus mengatur dan memberikan perlindungan terhadap komunitas filantropi Islam berbasis media sosial yang belum memiliki payung hukum resmi, sebagaimana lembaga yang telah memiliki badan hukum bentuk Yayasan. Hal ini bertujuan untuk agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan semakin mendalamnya jurang kompetisi antara organisasi

resmi (berbadan hukum) dengan komunitas filantropi Islam selaku pengelola filantropi Islam di Indonesia, oleh sebab itu adanya perlindungan hukum dan sindikasi program antar lembaga akan menjadikan aktivisme filantropi Islam menjadi semakin besar.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, S. (1995). Konsep dan Strategi Pemberdayaan Umat Pendekatan Sosial Ekonomi. *Majalah Ilmiah Unisia*.

Alyusi, S. D. (2019). *Media sosial: Interaksi, identitas dan modal sosial*. Prenada Media.

Amar, F. (2017). Implementasi Filantropi Islam di Indonesia. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, *1*(1), 1–14.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vol. 2020). https://apjii.or.id/survei

Aziz, M. (2017). Peran Badan Wakaf Indonesia (BWI) Dalam Mengembangkan Prospek Wakaf Uang Di Indonesia. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*. https://doi.org/10.30736/jes.v1i2.15

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, *9*(1), 140–157.

Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2014). *Business and society: Ethics, sustainability, and stakeholder management*. Cengage Learning.

Dahl, R. A. (1989). *Democracy and its Critics*. Yale University Press.

Delerue, H., Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2012). Social media: Back to the roots and back to the future. *Journal of Systems and Information Technology*, *14*(2), 101–104. https://doi.org/10.1108/13287261211232126

Dusuki, A. W. (2008). What does Islam say about corporate social responsibility. *Review of Islamic Economics*, *12*(1), 5–28.

Dwiningrum, S. I. A. (2014). *Modal Sosial dalam Pengembangan Pendidikan (Perspektif Teori dan Praktik)*. UNY Press.

Fauzia, A. (2016). *Filantropi islam, sejarah dan kontestasi masyarakat sipil dan Negara di Indonesia*. Gading Publishing.

Fauzia, A. (2017). Islamic philanthropy in Indonesia: Modernization, Islamization, and social justice. *Austrian Journal of South-East Asian Studies*, *10*(2), 223–236.

Franklin, J. (2003). Social capital: policy and politics. *Social Policy and Society*, *2*(4), 349–352.

Hadiyanti, P. (2008). Strategi pemberdayaan masyarakat melalui program keterampilan produktif di PKBM Rawasari, Jakarta Timur. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, *17*(IX), 90–99.

Hasyim, F. (2018). Gerakan Filantropi Islam di Amerika. *Jurnal Studi Al-Qur'an*, *14*(1), 16–31.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68.

Karsidi, R. (2007). Pemberdayaan masyarakat untuk usaha kecil dan mikro (Pengalaman Empiris di Wilayah Surakarta Jawa tengah). *Jurnal Penyuluhan*, *3*(2).

Kharima, N., Muslimah, F., & Anjani, A. D. (2021). Strategi Filantropi Islam Berbasis Media Digital. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, *10*(1), 45–53.

Kholis, N., Sobaya, S., Andriansyah, Y., & Iqbal, M. (2014). Potret Filantropi Islam di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *La_Riba*, *7*(1), 61–84.

Kuran, T. (2001). The Provision of Public Goods under Islamic Law: Origins, Impact, and Limitations of the Waqf System. *Law & Society Review*. https://doi.org/10.2307/3185418

Latief, H. (2010). Melayani Umat Filantropi Islam dan Ideologi Kesejahteraan Kaum Modernis. In *Gramedia Pustaka Utama*.

Latief, H. (2012). Filantropi Islam dan Aktivisme Sosial Berbasis Pesantren Di Pedesaan. *Afkaruna*. https://doi.org/10.18196/aiijis.2012.0013.167-187

Latief, H. (2013a). Filantropi dan Pendidikan Islam di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Islam UIN Sunan Gunung Djati*, *28*(1), 123–139.

Latief, H. (2013b). *Politik filantropi Islam di Indonesia: negara, pasar, dan masyarakat sipil*. Penerbit Ombak.

Latief, H. (2019). *Fatwa-fatwa Filantropi Islam di Indonesia: Anotasi, Komparasi dan Kompilasi*. UMY Press.

Latief, H., As'ad, S., & Khasanah, M. (2015). Fleksibilitas Pemaknaan Wakaf Tunai di Indonesia: Studi terhadap Lembaga Filantropi dan Lembaga Keuangan. *Afkaruna*. https://doi.org/10.18196/aiijis.2015.0044.66-95

Makhrus. (2018). Dinamika Kebijakan Negara dalam Pengelolaan Wakaf di Indonesia. *JSSH (Jurnal Sosial Dan Humaniora)*, *2*(41), 209–224.

Makhrus, M. (2018). Social Media Based Islamic Philanthropy to Develop Philanthropy Awareness In Indonesia. *2018 3rd International Conference on Education, Sports, Arts and Management Engineering (ICESAME 2018)*, 365–368.

Makhrus, M. R. F. U. (2015). Peran Filantropi Islam dalam Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Banyumas. *Semnar Nasional LPPM UMP*.

Mannan, M. A. (1997). Teori dan Praktek Ekonomi Islam, terj. *M. Nastangin, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf*.

Maryani, D., & Nainggolan, R. R. E. (2019). *Pemberdayaan masyarakat*. Deepublish.

Muhammadiyah, D. S. L. (2004). Pedoman Zakat Praktis. *Suara Muhammadiyah, Yogyakarta*.

Olanrewaju, A.-S. T., Hossain, M. A., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management*, *50*, 90–110.

Pendidikan, D. (n.d.). Kebudayaan (1989) Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Jakarta: Balai Pustaka*.

Prihatna, A. A. (2004). *Kedermawanan Kaum Muslimin Potensi dan Realita Zakat Masyarakat di Indonesia*. Piramedia (PIRAC).

Prijono, O. S., & Pranarka, A. M. W. (1996). *Pemberdayaan: Konsep, kebijakan, dan implementasi*. Centre for Strategic and International Studies.

Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2020). *Outlook Zakat Nasional 2020*. Puskas BAZNAS. https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020

RI, T. P. H. K. P. (2014). Panduan optimalisasi media sosial untuk Kementerian Perdagangan RI. *Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI*.

Rozalinda, R. (2012). Filantropi Islam di Indonesia: Studi Tentang Prospek Wakaf Uang dalam Pemberdayaan Ekonomi Umat. *Annual International Conference on Islamic Studies*, 1921–1940. http://digilib.uinsby.ac.id/7647/

Rukminto, A. I. (2008). Intervensi Komunitas Pengembangan

Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jakarta: Raja Grafindo Persada*.

Said, S., & Amiruddin, A. M. A. (2019). Wakaf Tunai dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, *3*(1), 43–55.

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *No. December*.

Setiawan, W., & Iman, N. (2019). Filantropi Islam Sebagai Media Peningkatan Kebahagiaan Muslim Indonesia. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, *3*(1), 30–38.

Siswanto, T. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity*, *2*(1), 80–86.

Sriyana. (2020). Antropologi Sosial Budaya. In *Penerbit Lakeisha*.

Triguswinri, K., & Afrizal, T. (2021). Eksklusi Sosial dalam Kapital Digital dan Kebijakan Virtual (Studi Filantropi Platform KitaBisa. com). *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, *7*(3), 303–308.

Triyanta, A., & Zakie, M. (2014). Problematika Pengelolaan Tanah Wakaf: Konsep Klasik dan Keterbatasan Inovasi Pemanfaatannya di Indonesia. *Jurnal Fakultas Hukum UII*, *21*(4), 583–606.

Widianto, A. A. (2018). Aktivisme Filantropi Sosial dan Pemberdayaan Perempuan di Yogyakarta: Studi terhadap Dinamika Aktivisme Yayasan Sahabat Ibu dalam Pemberdayaan Perempuan di Yogyakarta. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, *12*(2), 193–212.

Widjajanti, K. (2011). Model pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, *12*(1), 15–27.

Widyawati. (2011). *Filantropi Islam dan Kebijakan Negara Pasca-Orde Baru: studi tentang Undang-Undang Zakat dan Undang-Undang Wakaf*. Arsad Press.

Zhong, Z., & Lin, S. (2018). The antecedents and consequences of charitable donation heterogeneity on social media. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, *23*(1), e1585.

INDEKS

A

advokasi 13, 50, 56
ajaran agama 37, 117, 135, 140
Aktivisme filantropi Islam 11, 111
aliran pemahaman (mazhab) 36
Amar 16, 35, 145
Amelia Fauzia 14, 15
Andreas M. Kaplan 42
asesmen 6, 82
Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) v, 2
Aziz 23, 145

B

Basyir 37
Blog dan micro-blogs 42

C

Cahyono 29, 31, 45, 145
crowdfunder 32
crowdfunding 5, 14, 31, 32, 67, 77, 102, 103

D

dimensi sosial 9
dimensi spiritual 9
direct invesment 21

E

entitas ekonomi 19, 23

F

filantropi vi, vii, viii, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 22, 24, 25, 26, 27, 31, 35, 36, 37, 38, 39, 44, 46, 47, 59, 60, 61, 67, 68, 69, 71, 75, 79, 80, 93, 96, 101, 107, 108, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 122, 124, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 148
filantropi ilmiah (scientific philanthropy) 39
filantropi Islam vi, vii, viii, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 24, 25, 26, 27, 31, 36, 37, 38, 44, 46, 47, 59, 60, 61, 68, 69, 71, 75, 79, 93, 107, 108, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 148
Fleksibilitas media sosial 59

H

Hasyim 24, 36, 146
Helmut K. Anheier dan Diana Leat 39
Hilman Latief 12, 13

I

inklusif 14, 15, 80
interaksi individu v, 1
interaksi sosial-ekonomi 14
islamisasi 14, 15

J

Jejaring sosial 42

K

kaum dhuafa vii, 4, 7, 9, 11, 17, 18, 27, 72, 73, 74, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 88, 90, 92, 93, 94, 98, 99, 100, 101, 107, 108, 128, 139
keadilan sosial 14, 15, 36, 37
kedermawanan kolektif 36
kemanusiaan vi, 12, 14, 16, 17, 36, 37, 65, 78, 79, 84, 93, 103, 111, 128
kepentingan publik 21
kerajaan Islam 15
kesejahteraan publik 36
Kharima 6, 31, 147
klasifikasi media 41
kolonialisme 16
Kompleksitas 12
komunitas beragama 26
konvensonal 3

L

Latief 5, 12, 13, 14, 22, 35, 36, 38, 40, 54, 126, 147, 148
lembaga pendidikan 25
lembaga wakaf 15

M

Makhrus iii, iv, 7, 18, 21, 148, 157
media interaksi 2, 29, 68
media sosial v, vi, vii, viii, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 28, 29, 30, 31, 32, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 76, 77, 79, 80, 85, 86, 87, 88, 93, 94, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 127, 128, 129, 130, 132, 135, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 145, 149, 150
Michael Haenlein 42
modernisasi 14

N

neo-filantropi ilmiah (new scientific philanthropy) 39
Nur Kholis 17

O

Olanrewaju 30, 149
organisasi sosial 12, 13, 65, 78
organisasi sosial keagamaan 12, 13

P

pendekatan karitas (charity approach) 39
pengelolaan filantropi Islam vii, 6, 8, 9, 12, 13, 17, 25, 111, 112, 118
Pengelolaan Zakat 12
penguatan demokrasi 36
pengumpulan donasi 8, 9, 63, 68, 79, 86, 87, 97, 114, 128, 131, 133, 142
Penolong Kesengsaraan Oemoem (PKO) 16
perkembangan teknologi dan informasi 1, 2, 112, 116
philanthropia 35
praktik komunal 11

Prihatna 27, 149
Proyek kolaborasi 42

R

Rozalinda 22, 149

S

Setiawan & Iman 27
sistem sosial 31
solidaritas sosial 3, 17, 27, 37, 68, 140
sosialisasi wakaf uang 23
spiritual 9, 17, 19, 27, 49, 126
stakeholders vi, 9, 10, 15, 55, 118, 132, 133
strategi fundraising 17

T

Timur Kuran 19

U

ulama 15, 16, 19

W

wakaf produktif 22
Widianto 37, 151

Z

zakat profesi 14

BIODATA PENULIS

Makhrus, S.EI., M.SI. lahir di Pamekasan, 30 Maret 1986 menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan S2 di Universitas Islam Indonesia. Sejak tahun 2014 menjadi dosen tetap di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan pangkat akademik Lektor. Jabatan stuktural di Universitas Muhammadiyah Purwokerto yaitu Wakil Dekan (2020-2023), Sekretaris Lembaga Publikasi Ilmiah dan Penerbitan (2016-2020), Ketua Bidang UMP Press (2016), Anggota *Student Scientific Center* Biro Kemahasiswa dan Alumni (2014-2016).

Dalam bidang penelitian telah mendapatkan hibah penelitian dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Kopertais Wilayah X Jawa Tengah, Diktis Kemenag, dan Kemdikbud Ristek Dikti, sementara pengabdian masyarakat dari LPPM UMP dan Kemdikbud Ristek Dikti. Publikasi ilmiah dalam bentuk artkel di berbagai jurnal dan prosiding, yaitu: Islamadina: Jurnal

Pemikiran Islam, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Jurnal Wahana Akademika Kopertais Jawa Tengah, Jurnal Masharif al-Syariah Universitas Muhammadiyah Surabaya, JSSH : Jurnal Sains Sosial dan Humaniora, Atlantis Press, *Malaysian E Commerce Journal* (MECJ), Dimas: Jurnal Pemikiran Agama untuk Pemberdayaan UIN Walisongo, Warta LPM Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI) STIE AAS, dan Alhamra: Jurnal Studi Islam.

Buku akademik (referensi dan buku ajar) yang telah diterbitkannya adalah *Manajemen Asuransi Syariah* (2017), *Aktivisme dan Aktivisme Filantropi Islam dalam Pemberdayaan Masyarakat* (2018), *Hukum Zakat dan Wakaf di Indonesia* (2019), *Kapita Selekta Hukum Ekonomi Syariah* (2019), *Manajemen Fundraising Zakat (*2020), dan *Ekonomi Makro Islam* (2020).

Dr. Encep Saepudin, S.E., M.Si. lahir di Jakarta, 5 April 1972, menyelesaikan pendidikan S1 di STIE Ahmad Dahlan Jakarta, S2 Universitas Jenderal Soedirman, S3 di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Sejak tahun 2013 menjadi dosen tetap di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Purwokerto dengan pangkat akademik Lektor, sebelumnya pernah bekerja di GMN Corporation, Asbanda, Investor Daily (Lippo Group), Sinar Pagi (Bakrie Group), Mini Market Laa Roiba, dan PT Golden Web.

Penugasan struktural yang pernah dilakukannya yaitu Staf Khusus Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto (2020-Sekarang), Sekretaris Pusat Studi Demokrasi dan Kebijakan Publik (2020), Tim Penyusun Akademik Penamaan Jalan KHA. Dahlan di depan kampus I UMP, Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam (2018), dan Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (2018). Penghargaan yang pernah diterimanya adalah wisudawan terbaik Program Doktor Perbankan Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2021), Penghargaan 10 kali donor darah PMI Banyumas (2018), Juara II opini mencegah osteoporosis PT Fonterra Brands (2009), penulis aktif tentang Pegadaian PT Pegadaian (2006), juara II lomba menulis IWAPI membangun emperium bisnis IWAPI (2003), Bintang Jasa Satya Karya Bhakti Koperasi dan UMKM Republik Indonesia Kementerian Koperasi dan UMKM (2001), dan penghargaan penulis aktif tentang Pegadaian dalm HUT Pegadaian PT Pegadaian (1999).

Dalam bidang penelitian dan pengabdian masyarakat pernah mendapatkan hibah penelitian dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan Bank Indonesia. Di samping itu, berpengalaman di berbagai organisasi profesi dan kemasyarakatan yaitu Lembaga Pembina dan Pengawasan Keuangan (LPPK) PDM Banyumas (2016-2022), Lembaga Pengembangan Cabang dan Ranting PW Muhammadiyah Jawa Tengah (2016-2022), Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Komisariat Universitas Muhammadiyah Purwokerto (2014-2019), Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) Banyumas (2014-2019), Forum Wartawan Keuangan dan Monenter (2000-2002), Forum Wartawan Koperasi (2000-2010), dan Jaringan Media Profetik (1998-2002).

Publikasi ilmiah dalam bentuk artikel pernah dipublikasikan di Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam, *Proceeding Book of the International Halal Tourism Conference* 2019 *Hallal is Our Way of Life,* Prosiding Buku I Bidang Ilmu Ekonomi dan Pertanian UMP Press, Satelit Post, Radar Banyumas, Suara Merdeka, Republika, dan lainnya.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PURWOKERTO

MEDIA SOSIAL DAN FILANTROPI ISLAM

Perspektif Gerakan dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat

Media sosial sebagai bagian dari perkembangan teknologi dan informasi menyebabkan interaksi manusia semakin cepat, mudah, dan tidak terbatas ruang dan waktu. Keberadaan media sosial memfokuskan interaksi individu dan kolompok selaku pemilik akun yang saling terhubung antar pemilik akun dalam berbagai *platform* media sosial yang diikuti, selain itu media sosial juga memberikan eksistensi para penggunanya untuk beraktivitas dan berkolaborasi yang mampu menguatkan hubungan antara pengguna dan ikatan sosial. Gerakan filantropi Islam berbasis media sosial pada awalnya secara kelembagaan merupakan komunitas filantropi yang mampu melakukan penggalangan donasi, pengelolaan, dan penyaluran dalam bentuk sedekah dan dana kemanusiaan. Lambat laun gerakan filantropi Islam berbasis media tersebut semakin massif, bersamaan dengan semakin membesarnya respon dan dukungan masyarakat untuk terlibat dalam berdonasi, menjadi relawan, dan membagikan informasi oleh komunitas filantropi Islam tersebut. Buku ini membahas filantropi Islam berbasis media sosial dalam melakukan aktivisme penggalangan donasi secara daring (*online*), dimana donasi yang terkumpul disalurkan kepada kaum *dhuafa* dalam bentuk pelayanan kesehatan, sosial, ekonomi, dan lainnya.

Diterbitkan oleh Penerbit:
litera
Suronatan NG II/863, Yogyakarta
E-mail : kotak.litera@gmail.com
Telp. 0888-2728-770
Penerbit Litera Penerbit Litera

Agama dan Sosial 15+
ISBN 978-623-7864-33-2
9 786237 864332

View publication stats